

KONFLIK REMAJA ANTAR KELOMPOK PENGGEMAR K-POP PADA PLATFORM DIGITAL

Santoso¹, Nurfitri Syafa Atiz Zikra², Aura Afifatunnisa³, Deby Sartika⁴

¹santoso@umri.ac.id, ²nurfitrisya120904@gmail.com, ³auraaffh@gamil.com,

⁴debysartika22@gmail.com

Abstract

The phenomenon of "fan wars" between K-Pop fan groups on digital platforms is becoming increasingly frequent alongside the rise in social media usage among adolescents. These conflicts are driven by fanaticism, group identity, and inter-fandom rivalry, which trigger prejudice, stereotyping, and aggressive behavior. This study aims to describe the causes, forms of conflict, and resolution efforts regarding conflicts between K-Pop fan groups on digital platforms. A qualitative method using a case study approach was employed. Data were gathered through the documentation of various social media posts and interactions related to the fan war phenomenon. The results indicate that the primary triggers for conflict include perceived offenses against idols, accusations of concept plagiarism, and inter-fandom competition. Forms of conflict identified include the dissemination of hoaxes, harassment or doxing, and calls for mass reporting of opposing accounts. Based on Social Identity Theory, these conflicts arise from strong individual attachment to a fandom, fostering a tendency for the group to defend itself and view other groups negatively. Potential resolution efforts include enhancing digital literacy, practicing emotional regulation, respecting differences, and strengthening a positive fandom culture to foster healthier social media interactions.

Keywords: Fan war, K-pop, Social identity, Social media, Intergroup conflict.

Article History

Received: July 2026

Reviewed: July 2026

Published: July 2026

Plagiarism Checker No 77

Copyright : Author

Publish by : Liberosis



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Abstrak

Fenomena *fanwar* antar kelompok penggemar K-Pop di platform digital semakin sering terjadi seiring meningkatnya penggunaan media sosial oleh remaja. Konflik tersebut dipengaruhi oleh fanatisme, identitas kelompok, serta persaingan antar fandom yang memicu munculnya prasangka, stereotipe, dan perilaku agresif. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penyebab, bentuk konflik, serta upaya penyelesaian konflik antar kelompok penggemar K-Pop pada platform digital. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui teknik dokumentasi terhadap berbagai unggahan dan interaksi di media sosial yang berkaitan dengan fenomena *fanwar*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemicu utama konflik meliputi penghinaan terhadap idola, tuduhan plagiat konsep, dan kompetisi antar fandom. Bentuk konflik yang ditemukan berupa ejekan, penyebaran hoaks, teror atau *doxing*, serta ajakan melakukan *report* massal terhadap akun pihak lain. Berdasarkan Teori Identitas Sosial, konflik tersebut muncul karena kuatnya identifikasi individu terhadap fandom sehingga memunculkan kecenderungan membela kelompok sendiri dan memandang negatif kelompok lain. Upaya penyelesaian yang dapat dilakukan meliputi peningkatan literasi digital, pengendalian emosi, penghargaan terhadap perbedaan, serta penguatan budaya fandom yang positif agar interaksi di media sosial menjadi lebih sehat.

Kata Kunci: *Fanwar*, K-Pop, Identitas sosial, Media sosial, Konflik antar kelompok.

PENDAHULUAN

Menurut Shim pertumbuhan K-POP yang fenomenal pada industry hiburan Korea Selatan, khususnya pada industry musik pop Korea (K-POP), menjadi salah satu tren dunia yang menonjol dalam beberapa tahun terakhir. *Korean Wave* (K-Wave) atau Hallyu istilah pada budaya Korea yang mendunia melalui drama, film, lagu, dan grup pop yang mendapatkan popularitas yang sangat luar biasa di berbagai negara. Indonesia tak terhindarkan atas fenomena ini, fenomena K-wave populer melalui drama Korea dan musik pop dari para grup Korea (K-POP). Grup K-POP seperti BTS, EXO, TXT, EHYPER, dan masih banyak lainnya yang telah memperoleh popularitas yang luar biasa di berbagai dunia. Popularitas tersebut berdampak banyaknya penggemar yang mendukung grup-grup tersebut. Tetapi, dukungan penggemar tersebut terkadang berubah menjadi fanatisme berlebihan terhadap idolanya (Sholekah Dkk, 2023).

K-POP, adalah genre musik yang berasal dari Korea Selatan yang berkembang menjadi fenomena sosial, terutama pada media sosial Indonesia. Berdasarkan data yang diperoleh Kim pada tahun 2021 di media sosial Twitter, memaparkan bahwa terdapat 7,5 miliar unggahan mengenai K-POP di seluruh dunia, dan terus bertambah setiap tahunnya, dengan Indonesia menjadi *contributor* terbesar. Fenomena ketertarikan penggemar yang berlebihan atau fanatisme memiliki dampak *negative* pada penggemar seperti, menghabiskan waktu lebih dari 6 jam per-hari di sosial media untuk membicarakan artis favoritnya, tindakan konsumtif terhadap barang yang berkaitan dengan idolanya, dan pembelaan berlebihan terhadap idolanya (Handoko Dkk, 2024).

Menurut Pohan dkk *fanwar* merupakan bentuk dari fanatisme yang tumbuh karena rasa antusias yang berlebihan kepada idolanya. Bentuk *fanwar* yang paling sering muncul adalah dengan memberikan komentar *negative*, merendahkan idola atau fandom lain, membandingkan idolanya dengan idola lain, menyebarkan informasi yang bersifat privasi secara berlebihan (*doxing*), dan berbagai aksi lainnya. Silaban dkk, menjelaskan bahwa kelompok yang menyukai suatu grup idola disebut penggemar, sedangkan yang tidak menyukai suatu grup disebut anti penggemar atau antis, penggemar biasanya berusaha membela dan melindungi sementara antis biasanya bersikeras untuk menjatuhkan grup tersebut (Adzina dkk, 2024).

Konflik atau *war* terjadi karena keadaan yang tidak sesuai harapan secara individu karena sebuah persaingan yang mengatasnamakan kelompok, yang menyebabkan kesalahpahaman dan prasangka. Menurut Baron dkk, bahwa kompetisi kelompok sosial terhadap sebuah peluang yang menyebabkan prasangka, yang mana jika kompetisi terus berlanjut, maka suatu kelompok akan memandang kelompok lain sebagai lawan atau musuh (Sahara dkk, 2022).

Berdasarkan hasil temuan lapangan yang dilakukan pada fans K-POP dapat dianggap sebagai permasalahan sosial yang terlihat semakin meningkat secara drastis dan mendunia. Fenomena konflik antar kelompok pada penggemar K-POP saat ini tentunya sering terjadi, baik itu pada remaja maupun pada dewasa awal yang aktif bermain sosial media. Hasil observasi terhadap beberapa komunitas fandom (sebutan bagi fans suatu grup), terlihat para penggemar tidak hanya berinteraksi dalam fandom sendiri tetapi juga terlibat dalam interaksi dengan fandom penggemar yang lain. Interaksi antar fandom inilah yang sering memicu konflik, terutama ketika salah satu fandom saling berusaha menunjukkan citra baik dan kelebihan dari idolanya.

Beberapa dari mereka memiliki loyalitas yang lumayan tinggi terhadap fandomnya. Mereka mengatakan bahwa membela idola mereka adalah bentuk tanggung jawab sebagai fans. Loyalitas ini tidak hanya untuk memperkuat kekompakan fandomnya, tetapi juga menciptakan batas antara fandomnya dengan fandom yang lain. Batas inilah yang menimbulkan kecenderungan untuk merendahkan dan menyerang fandom lain, terutama atas pencapaian yang diraih oleh idolanya.

Pengamatan yang dilakukan pada media sosial juga menunjukkan bahwa konflik antar fandom ini sering muncul dalam bentuk *fan wars*, yaitu perdebatan terbuka antar fandom yang berkembang menjadi saling hina dan serangan massal. Konflik ini biasanya dipicu karena hal-hal sederhana seperti perbedaan pendapat, klaim pencapaian, atau komentar *negative* dari pihak luar. Namun, karena dibahas dalam suatu fandom perbedaan sudut pandang ini semakin kuat dan ekstrem. Biasanya sesama fandom cenderung saling mendukung dan memperkuat opini *negative* terhadap fandom lain, sehingga konflik semakin memanas dan membesar.

Dalam situasi konflik antar fandom, beberapa dari mereka sering kali mengikuti sikap dari fandom yang diikutinya walaupun secara pendapat pribadi mereka berbeda. Mereka menganggap perlu menyesuaikan diri agar tetap bisa diterima dalam fandom tersebut. Menunjukkan bahwa tekanan dari suatu fandom berpengaruh besar dalam membentuk perilaku individu, seperti dalam konteks konflik dengan fandom lain.

Interaksi antar fandom, media sosial menjadi wadah yang cepat terjadinya konflik. Sebagian besar dari mereka mengatakan lebih berani untuk menyerang fandom lain karena tidak berhadapan langsung. Kondisi ini menimbulkan perilaku agresif. Beberapa temuan, konflik antar fandom tidak hanya berhenti pada perdebatan, tetapi berkembang menjadi penyebaran informasi pribadi atau pengucilan sosial.

Kedekatan yang kuat dalam suatu fandom membuat seseorang sulit menerima sudut pandang dari luar. Berdasarkan hasil observasi menunjukkan beberapa anggota dalam fandom cenderung hanya mempercayai informasi dari fandomnya sendiri dan menolak kritik dari fandom lain. Kejadian ini tentunya menghasilkan jarak yang begitu nyata dan memperparah konflik antar fandom.

Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh Narulita Sahara, Rosleny Marliani, dan Elisa Kurniadewi (2022) dengan judul “Gambaran Konflik Antar Kelompok Penggemar Korean Pop di Media Sosial”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus eksploratif. Subjek dari penelitian ini merupakan anggota fandom EXO-L dan ARMY. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konflik antar kelompok penggemar terjadi akibat adanya kompetisi dalam memperebutkan pengakuan dan eksistensi kelompok. Kompetisi tersebut menimbulkan frustrasi kelompok yang kemudian berkembang menjadi stereotip, prasangka, dan diskriminasi antar kelompok. Konflik yang terjadi tidak hanya terbatas pada media sosial, tetapi juga dapat terbawa ke dalam kehidupan nyata dan memengaruhi hubungan interpersonal antar individu.

Penelitian lain dilakukan oleh Nadila Nur Sholekah dkk. (2023) dengan judul “Kasus Konflik dalam Komunitas Penggemar BLINK dan MY (PENGGEAR AESPA) dalam Cyberbullying”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menganalisis interaksi pada media sosial, khususnya komentar dalam platform TikTok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konflik antar kelompok penggemar (*fanwar*) seringkali berkembang menjadi tindakan cyberbullying. Bentuk cyberbullying yang dominan adalah *denigration* (pencemaran nama baik atau penghinaan) dan *flaming* (penggunaan bahasa kasar dan agresif). Konflik ini umumnya dipicu oleh perbedaan pendapat terkait popularitas, kualitas karya, serta pencapaian *idol*, yang kemudian memunculkan rivalitas dan intensitas emosi yang tinggi antar fandom.

Selanjutnya, penelitian oleh Felicia Angela Handoko, Soerjantini Rahaju, dan Ide Bagus Siaputra (2024) berjudul “Fanatisme Penggemar K-Pop Indonesia: Identitas Fandom, Tipe Kepribadian, dan Pemujaan Selebritas Pada Penggemar K-POP”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 716 penggemar K-pop di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara identitas fandom dengan tingkat pemujaan selebritas. Identitas fandom sebagai faktor eksternal memiliki kontribusi yang lebih besar dibandingkan faktor internal seperti kepribadian. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku fanatisme penggemar lebih dipengaruhi oleh keterikatan terhadap kelompok (fandom), sehingga mendorong munculnya perilaku kolektif, termasuk kecenderungan untuk membela kelompok dan berpotensi memicu konflik antar kelompok penggemar.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Syafruddin Pohan dan Zelfi Nanda Gustiana dari Universitas Sumatera Utara dengan judul “Fenomena *Fanwar* dan Fanatisme Antar Fandom K-Pop di Media Sosial Twitter”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk menganalisis bagaimana perilaku agresif atau perselisihan antar penggemar (*fanwar*) terjadi di platform Twitter. Hasil penelitian menjelaskan bahwa *fanwar* dipicu oleh sikap fanatisme yang berlebihan, di mana penggemar merasa idola mereka adalah kebenaran mutlak dan menolak persepsi orang lain. Kemudahan melakukan *fanwar* di Twitter didukung oleh adanya akun base anonim dan akun palsu yang memungkinkan pelaku menyerang pihak lain tanpa mengungkapkan identitas aslinya. Hasil yang dapat disimpulkan dari penelitian ini bahwa konflik sering melibatkan kubu pro dan kontra yang saling menyerang dengan komentar negatif, bahkan tetap mempertahankan argumennya meskipun telah diberikan bukti atau data yang valid.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penyebab terjadinya konflik antar kelompok penggemar K-Pop pada platform digital, mengidentifikasi bentuk-bentuk konflik yang muncul dalam interaksi antar fandom, serta menjelaskan upaya penyelesaian konflik berdasarkan perspektif psikologi sosial. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai dinamika konflik di kalangan penggemar K-Pop serta menjadi referensi dalam membangun interaksi yang lebih sehat di media sosial.

1. Teori Identitas Sosial (*Social Identity Theory*)

Landasan teoritis utama dalam menganalisis fenomena konflik antar kelompok penggemar K-Pop di platform digital adalah Teori Identitas Sosial yang dikembangkan oleh Henri Tajfel dan John Turner (1979). Teori ini menjelaskan bahwa identitas sosial merupakan bagian dari konsep diri individu yang berasal dari pengetahuan tentang keanggotaannya dalam suatu kelompok sosial, beserta nilai dan makna emosional yang melekat pada keanggotaan tersebut (Tajfel & Turner, 1979). Dalam konteks ini, individu tidak hanya mendefinisikan dirinya berdasarkan karakteristik pribadi, tetapi juga melalui afiliasi kelompok yang memberinya rasa makna dan kepemilikan (Novella & Nevriyarni, 2026).

Tajfel dan Turner (1979) menegaskan bahwa *"a person's social identity is that part of his/her self-concept which derives from his/her knowledge of membership of a social group together with the value and emotional significance attached to that membership"* (Adrila & Nevriyarni, 2025). Pernyataan ini menjadi fondasi penting untuk memahami bagaimana penggemar K-Pop mengembangkan identitas mereka melalui afiliasi dengan fandom tertentu, seperti ARMY (penggemar BTS), EXO-L (penggemar EXO), BLINK (penggemar Blackpink), atau MY (penggemar aespa).

Tajfel (1981) menyatakan bahwa individu biasanya mengelompokkan diri mereka dan orang lain ke dalam kategori *"ingroup"* dan *"outgroup"*. Proses pengelompokan ini menjadi landasan bagi timbulnya kecenderungan mendukung kelompok sendiri dan kemungkinan melakukan diskriminasi terhadap kelompok lain (Novella & Nevriyarni, 2026). Turner et al. (1987) selanjutnya mengembangkan teori kategorisasi diri, yang menjelaskan bahwa identitas sosial memengaruhi cara pandang individu terhadap diri mereka sesuai dengan prototipe dari kelompok tersebut.

Adrila dan Nevriyarni (2025) dalam kajian literturnya menemukan bahwa tingkat identifikasi kelompok berkaitan positif dengan kecenderungan *"ingroup favoritism"* dan, pada kondisi tertentu, *"outgroup derogation"*. Hasil ini sejalan dengan pernyataan Tajfel dan Turner bahwa identitas sosial menjadi sumber evaluasi diri yang memotivasi perbandingan antar kelompok. Penelitian oleh Handoko et al. (2024) mengkonfirmasi bahwa identitas fandom sebagai faktor eksternal memiliki kontribusi yang lebih besar dibandingkan faktor internal seperti kepribadian dalam membentuk perilaku fanatisme penggemar.

2. Perbandingan Sosial (*Social Comparison*)

Teori Identitas Sosial juga mencakup konsep perbandingan sosial, di mana individu cenderung membandingkan diri mereka dengan anggota kelompok lain untuk mendapatkan pemahaman tentang diri mereka sendiri (Padil & Arifin, 2024). Dalam konteks media sosial, remaja sering terlibat dalam perbandingan sosial dengan teman sebaya dan figur publik yang mereka ikuti. Proses ini dapat mempengaruhi cara remaja memahami diri mereka sendiri dan bagaimana mereka ingin terlihat oleh orang lain.

Novella dan Nevriyarni (2026) menjelaskan bahwa proses kategorisasi sosial kerap memunculkan *"ingroup favoritism"* dan *"outgroup bias"*, yang kemudian menjadi akar dari munculnya stereotipe dan prasangka sosial. Brewer (1999) membedakan antara *"ingroup love"* dan *"outgroup hate"*, memperingatkan bahwa favoritisme terhadap *ingroup* tidak selalu berujung pada kebencian eksplisit terhadap *outgroup*, tetapi dalam situasi tertentu ketika identitas terancam, favoritisme dapat berubah menjadi derogasi aktif (Adrila & Nevriyarni, 2025).

3. Konsep Stereotipe dan Prasangka Sosial

Stereotipe diartikan sebagai penggambaran umum tentang ciri, sifat, atau tindakan dari anggota suatu kelompok tertentu (Hilton & von Hippel, 1996). Stereotipe membantu individu menyederhanakan kerumitan sosial, tetapi sering kali menciptakan kecenderungan bias dalam cara orang melihat dan berinteraksi dengan satu sama lain. Fiske et al. (2002) menjelaskan bahwa stereotipe dapat diorganisasikan dalam kerangka "*Stereotype Content Model*" (SCM) yang menggambarkan dua dimensi utama, yaitu kompetensi dan kehangatan, untuk memahami bagaimana kelompok sosial dinilai oleh orang lain.

Dalam konteks fandom K-Pop, stereotipe sering muncul dalam bentuk generalisasi negatif terhadap fandom lain, seperti anggapan bahwa penggemar grup tertentu bersifat "toksik" atau "fanatik berlebihan". Novella dan Nevriyarni (2026) menegaskan bahwa stereotipe berperan sebagai mekanisme kognitif yang menyederhanakan realitas sosial, namun juga memperkuat bias dan diskriminasi, terutama melalui media digital dan struktur sosial yang ada.

Kajian oleh Dewi dkk. (2020) menegaskan bahwa proses kategorisasi sosial ke dalam *ingroup* dan *outgroup* merupakan mekanisme dasar yang secara otomatis diaktifkan begitu individu mengidentifikasi dirinya sebagai anggota suatu kelompok, termasuk kelompok penggemar. Sejalan dengan itu, Adrila dan Nevriyarni (2025) dalam kajian literatur tentang reduksi prasangka antarkelompok menjelaskan bahwa identitas sosial yang kuat memperbesar kecenderungan *ingroup favoritism* dan *outgroup* bias, namun faktor kontekstual seperti ancaman terhadap status kelompok dan intensitas kontak antarkelompok dapat memperkuat maupun meredakan prasangka tersebut. Prinsip ini relevan untuk memahami mengapa sebagian konflik antar fandom K-Pop dapat mereda ketika intensitas provokasi menurun, namun kembali memanas saat muncul ancaman baru terhadap reputasi idola.

4. Dinamika Konflik Antar Kelompok

Fanatisme di kalangan penggemar K-Pop merupakan bentuk loyalitas ekstrem yang dapat memicu konflik antar kelompok. Padil dan Arifin (2024) menjelaskan bahwa ketika individu merasa terhubung secara emosional dengan kelompok mereka, mereka mengembangkan perasaan afeksi, kebanggaan, dan penghargaan terhadap kelompok tersebut, yang pada gilirannya memengaruhi bagaimana mereka melihat dan berinteraksi dengan kelompok lain.

Penelitian oleh Handoko et al. (2024) menunjukkan bahwa identitas fandom memiliki hubungan yang signifikan dengan tingkat pemujaan selebritas. Identitas fandom sebagai faktor eksternal memiliki kontribusi yang lebih besar dibandingkan faktor internal seperti kepribadian, yang menunjukkan bahwa perilaku fanatisme penggemar lebih dipengaruhi oleh keterikatan terhadap kelompok (fandom) (Handoko et al., 2024).

Padil dan Arifin (2024) Media sosial berfungsi sebagai platform yang memungkinkan remaja untuk mengekspresikan identitas mereka, namun juga menciptakan tantangan yang signifikan, seperti kecemasan sosial dan ketidakpuasan diri. Di platform media sosial, individu dapat dengan mudah menemukan dan bergabung dengan komunitas yang sesuai dengan identitas mereka, serta terlibat dalam aktivitas yang memperkuat afiliasi mereka dengan kelompok tersebut.

Novella dan Nevriyarni (2026) dunia digital, algoritma pada media sosial juga memperkuat stereotipe dengan menciptakan ruang informasi tertutup yang menyempitkan pandangan sosial individu. Hal ini menjelaskan mengapa konflik antar fandom di media sosial cenderung memanas dan meluas dengan cepat, karena setiap kelompok hanya terpapar pada narasi yang menguatkan pandangan mereka sendiri.

Interaksi Parasosial dan Budaya Fandom

Selain identitas sosial, dinamika hubungan penggemar dengan idola turut dijelaskan melalui konsep interaksi parasosial, yaitu ikatan emosional satu arah yang dibangun penggemar terhadap figur media meskipun relasi tersebut hanya berlangsung melalui layar (Wardani & Kusuma, 2021). Interaksi ini membuat penggemar merasa mengenal idola secara personal, sehingga muncul dorongan untuk melindungi citra idola tersebut ketika mendapat serangan dari pihak luar (Indriani & Kusuma, 2022).

Kedekatan parasosial yang kuat turut mendorong loyalitas tinggi terhadap fandom, yang pada gilirannya memperbesar kesediaan penggemar untuk membela idola saat terjadi konflik antar fandom (Sadasri, 2022). Kristya dan Sarwono (2024) Media sosial menciptakan hiperrealitas, yaitu ilusi kedekatan yang membuat penggemar sulit membedakan antara realitas dan konstruksi citra idola, sehingga memperkuat pembelaan emosional saat idola diserang. Sari, Purwanti, dan Nurliah (2022) hubungan parasosial dapat berdampak positif berupa peningkatan dukungan sosial dan rasa memiliki, tetapi juga berpotensi memicu perilaku defensif yang berlebihan terhadap kritik dari luar kelompok.

Meskipun demikian, budaya fandom tidak selalu bersifat destruktif. Solidaritas kelompok penggemar dapat diarahkan pada aktivitas yang produktif, seperti penggalangan dana amal maupun kampanye sosial yang dilakukan atas nama idola, sebagaimana ditunjukkan dalam studi solidaritas penggemar ARMY pada kasus BTS Meal (Agatha & Utami, 2023). identitas fandom yang sama justru berpotensi menjadi sumber daya positif apabila diarahkan pada tujuan kolektif yang konstruktif, bukan pada permusuhan terhadap fandom lain.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang mana menurut Moleong metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang ditujukan untuk memahami fenomena apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti, perilaku, persepsi, motivasi, dan lain-lain secara *holistic* dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah (Fiantika dkk, 2022).

Menurut Mulyana mendeskripsikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang menggunakan metode ilmiah untuk mengungkapkan suatu fenomena dengan cara mendeskripsikan data dan fakta melalui kata-kata secara menyeluruh terhadap subjek penelitian (Fiantika dkk, 2022).

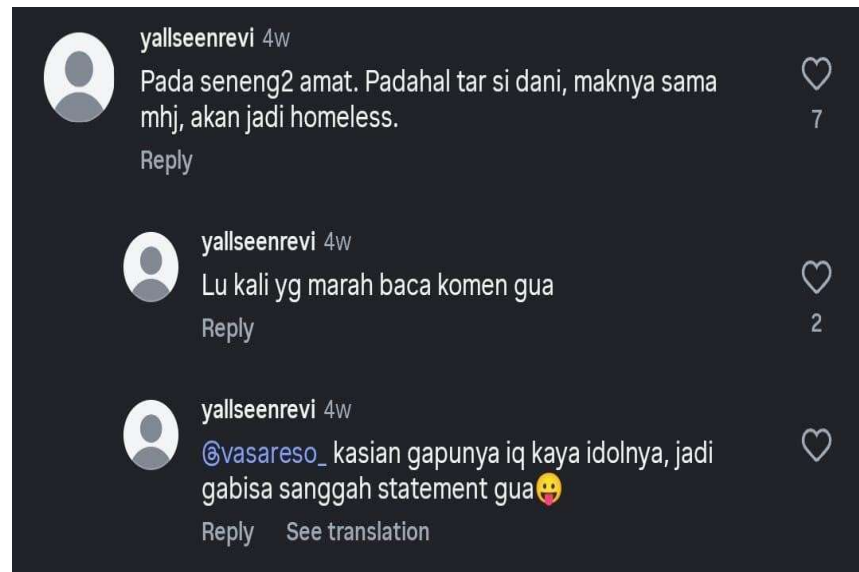
Pada penelitian pendekatan yang digunakan adalah pendekatan studi kasus. Menurut Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M.Si studi kasus ialah suatu serangkaian kegiatan ilmiah yang dilakukan secara intensif, terinci dan mendalam tentang suatu program, peristiwa, dan aktivitas, baik pada tingkat perorangan, sekelompok orang, lembaga, atau organisasi untuk memperoleh pengetahuan mendalam tentang peristiwa tersebut. Pada umumnya target penelitian studi kasus adalah hal yang *actual (Real-Life)* dan unik. Bukan sesuatu yang sudah terlewati atau masa lampau (Hidayat, 2019).

Penelitian ini menargetkan subjek sekelompok remaja akhir yang menyukai atau sebagai *K-Poppers* dan aktif bermain media sosial. Metode pengumpulan data yang digunakan berupa dokumentasi yang diperoleh dari berbagai unggahan, komentar, tangkapan layar, serta interaksi pengguna pada platform media sosial yang berkaitan dengan fenomena *fanwar* antar fandom K-Pop. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk mengidentifikasi penyebab konflik, bentuk konflik yang muncul, serta alternatif penyelesaiannya berdasarkan kajian psikologi sosial yaitu cara mengumpulkan informasi secara visual, verbal maupun tulisan. Zuhrah mengatakan bahwa dokumentasi merupakan cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis seperti arsip, buku, pendapat, dalil, postingan di media sosial, dan lain-lain yang berhubungan dengan penelitian (Fiantika dkk, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

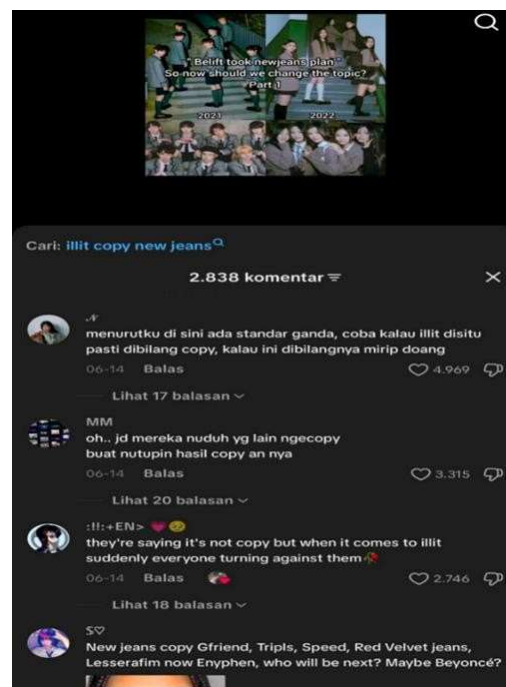
4.1 Pemicu Konflik

a. Penghinaan



Gambar ini menunjukkan bentuk penghinaan yang sering menjadi pemicu awal *fanwar*. Dalam tangkapan layar tersebut, terlihat komentar dari seorang pengguna yang merendahkan kemampuan idola dari grup lain. Penghinaan seperti ini biasanya dilontarkan oleh anti-fans atau penggemar rival dengan tujuan memprovokasi. Ketika komentar tersebut dibagikan ulang oleh penggemar yang tersinggung, maka muncullah respons balik yang memicu perdebatan panjang. Hal ini sesuai dengan temuan bahwa ujaran kebencian terhadap idola atau penggemar lain menjadi pemicu utama *fanwar*.

b. Plagiat Konsep



Gambar ini memperlihatkan bukti visual yang digunakan oleh penggemar untuk menuduh grup lain melakukan plagiat. Dalam gambar, terlihat adanya kemiripan elemen seperti gaya busana, latar panggung, atau gerakan tari yang dianggap terlalu mirip sehingga salah satu fandom menuduh pihak lain meniru. Tuduhan ini kemudian menyebar luas di media sosial dan memicu konflik karena masing-masing fandom membela idolanya dengan argumen masing-masing. Ini menjadi salah satu pemicu konflik karena menyangkut harga diri dan orisinalitas grup yang didukung.

c. Kompetisi Antar Fandom



Gambar ini menunjukkan bagaimana penggemar saling membandingkan pencapaian idolanya sebagai bentuk kompetisi. Terlihat para penggemar secara selektif untuk menunjukkan keunggulan grup favorit mereka dibandingkan grup lain. Kompetisi semacam ini memicu ketegangan karena setiap fandom merasa prestasi idolanya lebih baik dan layak diakui. Persaingan dalam memperebutkan pengakuan dan eksistensi kelompok ini.

4.2 Bentuk Konflik

a. Ejekan



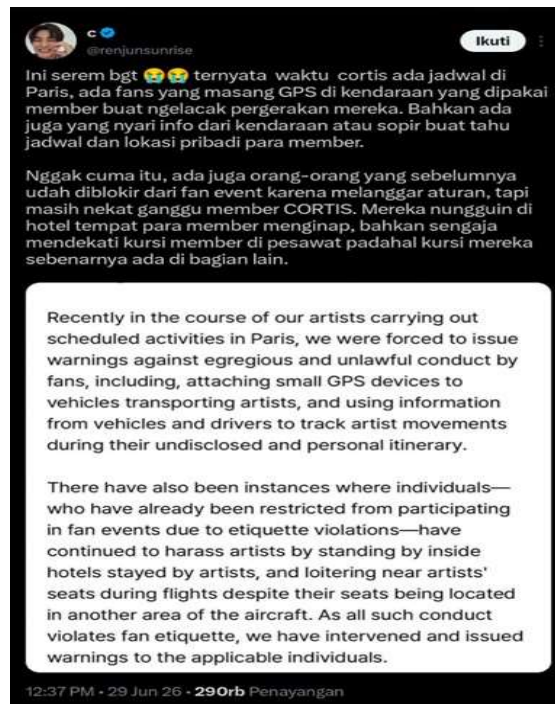
Menampilkan bentuk ejekan yang sering muncul dalam *fanwar*. Ejekan biasanya dikemas dalam bentuk komentar singkat, meme, atau gambar editan yang bertujuan merendahkan idola atau fandom lain. Meskipun terkesan ringan, ejekan di media sosial dapat memicu emosi dan memperuncing konflik karena penggemar yang diejek akan merasa harga diri kelompoknya terancam dan merespons dengan serangan balik.

b. Hoax (Informasi Palsu)



Memperlihatkan bagaimana informasi palsu digunakan sebagai senjata dalam *fanwar*. Dalam gambar, terlihat unggahan yang menyebarkan kabar bohong tentang idola atau fandom lain dengan tujuan menjatuhkan reputasi. *Hoax* ini sering dibuat seolah-olah berasal dari sumber terpercaya agar lebih meyakinkan. Penyebaran *hoax* menjadi bentuk konflik yang berbahaya karena dapat merusak citra idola secara luas dan memicu perdebatan yang tidak berdasar, sebagaimana dijelaskan sebelumnya bahwa penggemar sulit menerima sudut pandang luar dan hanya mempercayai informasi dari fandomnya sendiri.

c. Teror



Menunjukkan bentuk konflik yang paling ekstrem, yaitu teror. Terlihat adanya ancaman atau penyebaran informasi pribadi yang dilakukan oleh sekelompok penggemar terhadap lawannya. Tindakan ini mencerminkan agresivitas yang muncul karena adanya anonimitas di media sosial, di mana pelaku merasa lebih berani untuk menyerang tanpa harus berhadapan langsung. Hal ini sesuai dengan temuan bahwa konflik antar fandom dapat berkembang menjadi penyebaran informasi pribadi atau pengucilan sosial.

d. Ajakan *Report Akun*



Memperlihatkan bentuk aksi kolektif yang terorganisir, di mana penggemar diajak untuk secara bersama-sama melaporkan akun pihak lain dengan harapan akun tersebut ditangguhkan. Ajakan ini biasanya muncul sebagai respons atas komentar negatif atau tindakan provokasi dari akun lawan. Tindakan ini menjadi salah satu bentuk konflik karena melibatkan mobilisasi massa dan tekanan psikologis terhadap pihak yang dilaporkan, serta mencerminkan solidaritas kelompok yang kuat dalam menghadapi ancaman dari luar.

Secara konseptual, bentuk-bentuk konflik yang ditemukan dalam penelitian ini sejalan dengan kategori cyberbullying yang dikemukakan oleh Ruliyatin dan Ridhowati (2021) serta Siroj dan Zulfa (2024), yang menggolongkan *denigration* (pencemaran nama baik), *flaming* (penggunaan bahasa kasar), dan *outing* atau *doxing* sebagai bentuk perundungan siber yang umum terjadi di kalangan remaja pengguna media sosial. Iskandar dan Salamah (2025) paparan cyber bullying yang berulang dapat meningkatkan kecemasan pada remaja, sehingga korban serangan verbal cenderung membalas dengan cara serupa dan memperpanjang siklus saling menyerang antar fandom. Saufa, Humaidi, dan Sari (2026) yang cyberbullying antar penggemar K-Pop di platform X turut membentuk persepsi publik yang negatif terhadap idola maupun fandom yang terlibat.

Fanwar sering terjadi di kalangan penggemar K-POP karena kurangnya kemampuan dalam menggunakan media sosial secara baik. Penggemar meyakini bahwa *fanwar* sering dipicu oleh tindakan provokatif dari penggemar lain atau anti fans yang sengaja memulai konflik dengan komentar *negative*. Beberapa diantaranya bahkan menyeret *idol* lain sebagai target ujaran kebencian tanpa adanya penyebab dan alasan yang jelas.

Ujaran kebencian sering dilakukan oleh anti fans untuk merendahkan *idol* yang tidak mereka sukai. Ujaran kebencian ini dapat berupa penghinaan terhadap kemampuan bernyanyi, visual, pencapaian, dan lainnya. Ujaran kebencian ini tidak hanya kepada *idol* yang tidak mereka sukai saja, tetapi merembet juga kepada penggemar lain. Adu argumentasi dalam media sosial baik anti fans maupun penggemar saling melempar ujaran kebencian satu sama lain, inilah penyebab utama terjadinya *fanwar* antar fans.

Fenomena *fanwar* di kalangan remaja akhir penggemar K-Pop menunjukkan bahwa konflik antar fandom tidak lagi sekadar perbedaan selera musik, tetapi telah berkembang menjadi bentuk persaingan sosial yang intens. Berdasarkan observasi di media sosial, *fanwar* dipicu oleh komentar negatif, ujaran kebencian, serta tindakan provokatif dari sesama penggemar maupun anti-fans. Konflik ini sering kali tidak memiliki alasan yang jelas, sehingga menunjukkan bahwa emosi kolektif lebih dominan daripada logika dalam interaksi digital. Akibatnya, perdebatan kecil dapat dengan cepat meledak menjadi pertikaian besar yang melibatkan banyak pihak.

Konflik antar fandom K-Pop tidak hanya dipengaruhi oleh perbedaan pendapat mengenai idola, tetapi juga oleh kuatnya identitas sosial yang dimiliki setiap kelompok penggemar. Berdasarkan Teori Identitas Sosial dari Tajfel dan Turner, individu yang memiliki identifikasi tinggi terhadap kelompoknya cenderung menunjukkan perilaku *ingroup favoritism*, yaitu lebih mengutamakan kelompok sendiri, sekaligus memandang kelompok lain secara negatif (*outgroup bias*). Kondisi tersebut terlihat dari munculnya penghinaan, penyebaran hoaks, hingga aksi *report* massal yang dilakukan sebagai bentuk pembelaan terhadap identitas kelompok. Dengan demikian, media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi antar penggemar, tetapi juga menjadi ruang yang memperkuat fanatisme, persaingan, dan konflik antarkelompok apabila tidak disertai dengan kemampuan literasi digital dan pengendalian emosi yang baik.

4.3 Penyelesaian Masalah



Berdasarkan kasus konflik antar fandom K-Pop yang terjadi di media sosial, salah satu upaya penyelesaian yang dapat dilakukan adalah dengan mengurangi keterlibatan dalam *fanwar* dan tidak memberikan respons terhadap provokasi. Banyak konflik bermula dari unggahan, komentar, atau opini yang sengaja dibuat untuk memancing emosi penggemar. Semakin banyak penggemar yang memberikan perhatian terhadap unggahan tersebut, semakin besar pula konflik berkembang. Oleh karena itu, mengabaikan provokasi (*don't feed the trolls*) menjadi langkah sederhana namun efektif untuk menghentikan penyebaran konflik.

Selain itu, penggemar perlu menyadari bahwa perbedaan pendapat mengenai grup atau idola merupakan hal yang wajar. Tidak semua orang memiliki selera musik maupun preferensi yang sama. Sikap saling menghargai dan menerima perbedaan dapat mengurangi stereotipe negatif, prasangka, dan permusuhan antar fandom. Penggemar juga perlu memahami bahwa kritik terhadap sebuah grup tidak selalu merupakan serangan terhadap identitas pribadi mereka. Penyelesaian lainnya adalah dengan meningkatkan literasi digital. Penggemar sebaiknya memverifikasi informasi sebelum membagikannya kembali agar tidak ikut menyebarkan hoaks atau fitnah yang dapat memperkeruh suasana. Apabila menemukan unggahan yang mengandung ujaran kebencian, provokasi, atau informasi palsu, langkah yang lebih tepat adalah menggunakan fitur *report* sesuai ketentuan platform, bukan

· membalasnya dengan hinaan atau serangan balik.

Urgensi literasi digital ini diperkuat oleh Nababan (2023) yang menegaskan bahwa strategi literasi media digital menjadi kunci penting di era disrupsi informasi untuk menjaga etika komunikasi warganet. Putri dan Hamzah (2024) literasi digital remaja berperan signifikan dalam mengurangi paparan sekaligus reproduksi konten kekerasan (*display of violence*) di media sosial, sementara Wanda (2023) menegaskan bahwa literasi digital yang baik berkorelasi dengan pola pergaulan sosial remaja yang lebih sehat di tengah kemajuan teknologi informasi. Dari sisi psikologi sosial, penggemar juga perlu mengembangkan kontrol emosi dan regulasi diri dalam menggunakan media sosial. Menghabiskan waktu secara berlebihan untuk mengikuti konflik antar fandom dapat meningkatkan stres, kecemasan, bahkan mengganggu aktivitas sehari-hari. Apabila media sosial mulai memberikan dampak negatif terhadap kondisi psikologis, penggemar disarankan untuk membatasi penggunaan media sosial, melakukan *digital detox*, serta lebih memfokuskan perhatian pada aktivitas yang bermanfaat di dunia nyata.

Pratama dan Jannah (2024) kemampuan regulasi emosi yang rendah pada generasi Z berkaitan dengan kecenderungan perilaku agresif verbal di ruang digital. Rahma dkk. (2023) Mengurangi deindividuasi, yaitu perasaan anonim yang membuat individu merasa tidak sepenuhnya bertanggung jawab atas tindakannya di dunia maya, dapat menjadi salah satu strategi efektif untuk menurunkan kecenderungan ujaran kebencian (*hate speech*) pada generasi muda. Anika dan Kurniawan (2024) juga mencatat keterkaitan antara rendahnya regulasi emosi dengan kecenderungan *problematic internet use*, yang salah satu bentuknya adalah keterlibatan berlebihan dalam perdebatan daring seperti *fanwar*.

Terakhir, komunitas fandom dapat berperan sebagai agen perubahan dengan membangun budaya yang positif. Fandom dapat mendorong anggotanya untuk lebih banyak mendukung karya idola melalui kegiatan yang produktif, seperti melakukan *streaming* secara sehat, membeli karya secara legal, mengikuti kegiatan amal (*charity project*), atau menyebarkan informasi yang positif. Dengan demikian, identitas sebagai penggemar tidak lagi diwujudkan melalui permusuhan terhadap fandom lain, melainkan melalui dukungan yang sehat kepada idola masing-masing.

KESIMPULAN

Fenomena konflik antar kelompok penggemar K-Pop (*fanwar*) di platform digital merupakan bentuk konflik sosial yang dipengaruhi oleh identitas kelompok, fanatisme, serta interaksi yang intens di media sosial. Berdasarkan Teori Identitas Sosial, penggemar cenderung mengidentifikasi diri dengan fandom tertentu sehingga memunculkan kecenderungan untuk membela kelompoknya (*ingroup*) dan memandang negatif kelompok lain (*outgroup*). Kondisi tersebut diperkuat oleh kompetisi antar fandom, stereotipe, prasangka, serta anonimitas media sosial yang memudahkan munculnya perilaku agresif.

Hasil pembahasan menunjukkan bahwa pemicu utama *fanwar* meliputi penghinaan terhadap idola, tuduhan plagiat konsep, dan kompetisi dalam membandingkan pencapaian antar fandom. Konflik tersebut kemudian berkembang dalam berbagai bentuk, seperti ejekan, penyebaran hoaks, teror atau *doxing*, hingga ajakan melakukan *report* massal terhadap akun pihak lain. Perilaku tersebut tidak hanya berdampak pada hubungan antar penggemar, tetapi juga berpotensi mengganggu kondisi psikologis individu dan menciptakan lingkungan digital yang tidak sehat.

Oleh karena itu, penyelesaian konflik tidak cukup dilakukan melalui tindakan individu, tetapi juga memerlukan peningkatan literasi digital, kemampuan mengendalikan emosi, sikap saling menghargai perbedaan, serta peran aktif komunitas fandom dalam membangun budaya penggemar yang lebih positif. Dengan demikian, identitas sebagai penggemar dapat diwujudkan melalui dukungan yang sehat terhadap idola tanpa harus menimbulkan permusuhan dengan

fandom lain.

Saran

1. Bagi penggemar K-Pop, diharapkan lebih bijak dalam menggunakan media sosial dengan tidak mudah terprovokasi, menghindari penyebaran informasi yang belum terbukti kebenarannya, serta menghargai perbedaan preferensi terhadap grup atau idola lain.
2. Bagi komunitas fandom, diharapkan mampu menciptakan budaya fandom yang positif dengan mengarahkan anggotanya untuk mendukung idola melalui aktivitas yang produktif, seperti mempromosikan karya secara sehat, mengikuti kegiatan sosial, serta menghindari tindakan yang dapat memicu *fanwar*.
3. Bagi platform media sosial, diharapkan dapat memperkuat pengawasan terhadap konten yang mengandung ujaran kebencian, hoaks, maupun tindakan *doxing* agar tercipta ruang digital yang lebih aman dan nyaman bagi seluruh pengguna.
4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian mengenai konflik antar fandom dengan menggunakan metode yang lebih beragam, seperti wawancara atau survei langsung kepada anggota fandom, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai faktor penyebab, dampak psikologis, serta strategi penyelesaian konflik di kalangan penggemar K-Pop.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrila, M. D. P., & Neviyarni, S. (2025). Kajian Literatur: Peran Teori Identitas Sosial dalam Pembentukan dan Reduksi Prasangka Antar Kelompok. *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, 2(12), 1623-1630. <https://doi.org/10.71282/jurmie.v2i12.1484>
- Adzina, N. J., Malihah, E., & Sartika, R. (2024). Analisis Teori Konflik Lewis A. Coser dalam Fenomena Fanwar Fandom K-Pop (Studi Kasus Fandom CARAT). *Sosietas: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 14(2), 183-198.
- Agatha, T., & Utami, L. S. S. (2023). Perilaku Solidaritas Penggemar ARMY (Studi Kasus BTS Meal). *Koneksi*, 7(1), 1-8.
- Anika, S. O., & Kurniawan, R. (2024). Hubungan antara Regulasi Emosi dengan Problematic Internet Use pada Siswa SMA. *Al-DYAS*, 3(1), 421-436.
- Dewi, A. S., Indah, S. H. L., Nadzira, A. M., & Hadi, C. (2020). Social Identity Theory: Literature Review Pendekatan Social Identity Theory dalam Kelompok. Surabaya: Fakultas Psikologi Universitas Airlangga.
- Fathurahman, M., & Nurhadi, Z. F. (2020). Budaya Fandom K-Pop di Media Sosial: Identitas, Solidaritas, dan Konflik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(2), 123-138.
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., Jonata, I., Mashudi, I., Hasanah, N., Maharani, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., Nuryami, & Waris, L. (2022). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Global Eksekutif Teknologi.
- Fitria, K. (2022). Cyberspace Sebagai Area Perang Antara Fans Versus Haters K-Pop di Instagram. *Jurnal Kopis: Kajian Penelitian dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam*, 5(1), 58-73.
- Handoko, F. A., Rahaju, S., & Siaputra, I. B. (2024). Fanatisme Penggemar K-POP Indonesia: Identitas Fandom, Tipe Kepribadian, Dan Pemujaan Selebritas Pada Penggemar K-POP. *Jurnal Psikologi Ulayat: Indonesian Journal of Indigenous Psychology*, 11(1), 55-74.
- Hidayat, T. (2019). Pembahasan Studi Kasus sebagai Bagian Metodologi Penelitian. 1-12.
- Indriani, N., & Kusuma, R. S. (2022). Interaksi Sosial Fandom Army di Media Sosial Weverse. *Jurnal Komunikasi Global*, 11(2), 206-226. <https://doi.org/10.24815/jkg.v11i2.25397>
- Iskandar, I., & Salamah, U. (2025). Pengaruh Cyberbullying Melalui Media Sosial terhadap Tingkat Kecemasan Remaja. *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, 2(5), 245-262.
- Kartika, A., & Rahastine, M. P. (2025). Dampak Budaya K-Pop terhadap Gaya Komunikasi Remaja Indonesia di Jakarta: Studi Kasus Para Penggemar Gen Z. *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, 2(10).

- Kim, J. (2021). Platformization of K-Pop Fandom: Social Media, Data, and Labor. *New Media & Society*, 23(7), 1901-1918.
- Kristya, G. M., & Sarwono, R. B. (2024). Hiperrealitas dalam Interaksi Parasosial pada Mahasiswa Penggemar K-Pop di Yogyakarta (Studi Fenomenologi). *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 3(2), 1-8.
- Nababan, S. (2023). Digital Media Literacy Strategy for the Information Disruption Era in Improving the Communication Ethics of the Yogyakarta Community. *International Journal of Science and Society*, 5(2), 223-232.
- Novella WF, A., & Nevriyarni, S. (2026). Teori Identitas Sosial, Stereotipe & Prasangka. *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, 3(1), 505-515. <https://doi.org/10.71282/jurmie.v3i1.1547>
- Pohan, S., & Gustiana, Z. N. (2023). Fenomena Fanwar Dan Fanatisme Antar Fandom K-POP Di Media Sosial Twitter. *SEMAR: Jurnal Sosial dan Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 10-16.
- Pratama, M. W., & Jannah, M. (2024). Eksplorasi Regulasi Emosi pada Generasi Z di Mojokerto. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 11(1), 256-263. <https://doi.org/10.26740/cjpp.v11i1.61279>
- Putri, A. R., & Pratama, R. (2021). Fanwar dan Konflik Simbolik dalam Komunitas Penggemar K-pop di Twitter. *Jurnal Komunikasi Global*, 10(1), 45-59.
- Putri, C. E., & Hamzah, R. E. (2024). Literasi Digital bagi Remaja di DKI Jakarta pada Fenomena Display of Violence di Media Sosial. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 7(1), 240-252.
- Rahma, D. N., Matulessy, A., Pratitis, N., & Rina, A. P. (2023). Meningkatkan Regulasi Emosi dengan Mengurangi Deindividuasi pada Gen Z dalam Mencegah Perilaku Hate Speech. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 10(2).
- Ruliyatin, E., & Ridhowati, D. (2021). Dampak Cyber Bullying pada Pribadi Siswa dan Penanganannya di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Bikotetik (Bimbingan dan Konseling: Teori dan Praktik)*, 5(1), 1-5.
- Sadasri, L. M. (2022). Parasocial Relationship Dengan Selebritas (Studi Kualitatif Pada Praktik Penggunaan Fandom Applications). *Jurnal Studi Pemuda*, 10(2), 147-160. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.70269>
- Sahara, N., Marliani, R., & Kurniadewi, E. (2022). Gambaran Konflik Antar Kelompok Penggemar Korean POP Di Media Sosial. *PSYCHE: Jurnal Psikologi Universitas Muhammadiyah Lampung*, 2(1), 31-46.
- Sari, M. P., Purwanti, S., & Nurliah, N. (2022). Efek Hubungan Parasosial Penggemar Korean Pop. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(2).
- Saufa, A. R., Humaidi, M. A., & Sari, A. N. A. (2026). Efek Cyberbullying terhadap Persepsi Publik tentang Idola K-Pop di Platform X: Studi dengan Pendekatan Teori Agenda Setting. *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, 3(4).
- Sholekah, N. N., Dzakiyyarani, F. R., Sadewa, N., & Rakhmawati, N. A. (2023). Kasus Konflik Dalam Komunitas Penggemar BLINK (Penggemar Blackpink) Dan MY (Penggemar AESPA) Dalam Cyberbullying. *Publique*, 4(1), 91-105.
- Silaban, A. P., Larasati, C. D., Mamahit, K. F., & Samosir, Y. A. (2024). Analisis Fanwar Fenomena Antar Penggemar K-POP di Platform Twitter. *ULILALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(5), 36-45. <https://doi.org/10.56799/jim.v3i5.3319>
- Siroj, M., & Zulfa, A. (2024). Dampak Cyberbullying Pada Remaja di Media Sosial. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(2), 1124-1130.
- Wanda, E. M. (2023). Pengaruh Literasi Digital pada Generasi Z terhadap Pergaulan Sosial di Era Kemajuan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
- Wardani, E. P., & Kusuma, R. S. (2021). Interaksi Parasosial Penggemar K-Pop di Media Sosial (Studi Kualitatif pada Fandom Army di Twitter). *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 7(2), 243-260. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v7i2.2755>