

***FANWAR NCT* SEBAGAI BENTUK KONFLIK SOSIAL DI
RANAH SIBER
(STUDI *CYBERFANDOM* NCTZEN INDONESIA DI MEDIA SOSIAL X)**

Skripsi
Program Sarjana (S-1)
Jurusan Sosiologi



Oleh:
Desyani Eka Ningtyas
NIM. 2006026047

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
TAHUN 2024**

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 5 (lima) eksemplar

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada.
Yth. Dekan FISIP
UIN Walisongo Semarang
Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengoreksi, dan memperbaiki sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa naskah skripsi saudara/i:

Nama : Desyani Eka Ningtyas

NIM : 2006026047

Jurusan : Sosiologi

Judul Skripsi : “*Fanwar* NCT sebagai Bentuk Konflik Sosial di Ranah Siber (Studi *Cyberfandom* NCTzen di Media Sosial X)

Dengan ini telah saya setuju dan mohon agar segera diujikan.
Demikian, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 22 Mei 2024
Pembimbing,



Akhriyadi Sofian, M. A
NIP. 197910222023211004

PENGESAHAN SKRIPSI

**Fanwar NCT sebagai Bentuk Konflik Sosial di Ranah Siber
(Studi Cyberfandom NCTzen Indonesia di Media Sosial X)**

Disusun Oleh:

Desyani Eka Ningtyas

NIM. 2006026047

Telah dipertahankan di depan dewan penguji skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang pada tanggal 20 Juni 2024 dan dinyatakan lulus.

Susunan Dewan Penguji


Ketua Sidang
Akhriyadi Sofian, M.A.
NIP. 197910222023211004

Sekretaris

Kaiser Atmaja, M.A.
NIP. 198207132023211011

Penguji I

Ririh Megah Safitri, M.A.
NIP. 199209072019032018

Penguji II

-
NIP. -

Pembimbing I

Akhriyadi Sofian, M.A.
NIP. 197910222023211004

Pembimbing II

-
NIP. -

PERNYATAAN

Dengan ini, saya Desyani Eka Ningtyas menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 3 Juli 2024



Desyani Eka Ningtyas

NIM. 2006026047

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah segala puji bagi Allah Swt yang telah melimpahkan segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Fanwar NCT sebagai Bentuk Konflik Sosial di Ranah Siber (Studi Cyberfandom NCTzen Indonesia di Media Sosial X)”** tanpa suatu halangan apapun. Sholawat serta salam penulis panjatkan kepada Nabi Muhammad Saw semoga kita semua mendapatkan syafaatnya di *yaumul kiyamah* nanti.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan dengan baik tanpa ada bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor UIN Walisongo Semarang Prof. Dr. Nizar, M.Ag yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengenyam pendidikan dan menyelesaikan studi ilmu sosial di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang Prof. Dr. H. Imam Yahya, M.Ag yang selalu memberikan perhatian kepada seluruh mahasiswa FISIP terhadap segala proses yang dilalui.
3. Kepala Jurusan Sosiologi FISIP UIN Walisongo Ibu Naili Ni'matul Illyun, M.A yang telah memberikan dukungan untuk menyelesaikan penyusunan dan penulisan skripsi ini.
4. Sekretaris Jurusan Sosiologi FISIP UIN Walisongo Semarang, Bapak Endang Supriyadi, M.A yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan penyusunan dan penulisan skripsi ini.
5. Dosen Pembimbing Bapak Akhriyadi Sofian, M.A yang telah berkontribusi besar, senantiasa meluangkan waktu, dan memberikan pengarahan dalam proses penyusunan skripsi dari awal sampai akhir hingga menyandang gelar S.Sos.
6. Wali Dosen Bapak Prof. Dr. H. Moh. Fauzi, M.Ag yang telah memberikan pendampingan dan pengarahan selama masa perkuliahan.

7. Bapak/Ibu Dosen Sosiologi FISIP UIN Walisongo Semarang yang telah mendidik, mengajar, dan memberikan ilmu baru kepada penulis.
8. Semua civitas akademik dan staf administrasi FISIP UIN Walisongo Semarang.
9. Teristimewa untuk kedua orang tua tercinta yang telah berjuang dengan ikhlas serta senantiasa mendoakan, sabar, dan memberikan dukungan penuh kepada penulis. Selalu diberi kesehatan dan hari indah di masa tua.
10. Sahabat-sahabat penulis selama perkuliahan yang menjadi tempat diskusi, berbagi dan berkeluh kesah selama perkuliahan hingga penyelesaian tugas akhir ini.
11. Rekan Sosiologi B Angkatan 2020, rekan Posko 23 KKN MIT-16, rekan UKM Shorinji Kempo. Terima kasih telah menjadi teman yang baik dan selalu memberikan bantuan dan dukungan satu sama lain.
12. NCTzen yang ada di media sosial X khususnya 14 informan yang telah membantu dalam mendapatkan data penelitian dalam tugas akhir ini.
13. Seluruh *member* NCT dan Treasure yang lagu-lagunya menemani penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.

Dengan segala rasa syukur dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah terlibat, semoga selalu dalam lindungan dan dimudahkan segala urusan oleh Allah Swt. Penulis berharap hasil karya ilmiah ini dapat memiliki manfaat bagi penulis, pembaca, dan masyarakat, aamiin.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah Swt. yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang.

Segala Puji Bagi Allah Swt.

Saya persembahkan karya ini kepada,

Orang tua tercinta yang telah mendidik, menyayangi, mendukung, mendoakan,
serta berperan penting dalam pencapaian gelar pendidikan tinggi S-1.

Almamater FISIP UIN Walisongo Semarang yang insyaallah banyak mencetak generasi-generasi unggul yang dapat menjadi *agent of change* yang taat agama, sebagai tempat menuntut ilmu dan bertemu dengan orang-orang baik, dan sebagai saksi perjalanan saya melewati fase kehidupan yang penuh dengan pembelajaran sebagai bekal masa depan cerah.

MOTTO

"Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan."

(QS. Al-Insyirah 94: 5-6)

"Pogihajimarayo~ (jangan menyerah)."

(Beautiful-NCT 2021)

ABSTRAK

Fenomena *fanwar* sesama NCTzen yang terjadi di media sosial X disebabkan oleh berbagai pemicu. NCTzen terbagi menjadi enam sesuai dengan unit NCT, masing-masing unit pernah melakukan *fanwar* namun banyak ditemukan melakukan praktik *fanwar* antara lain Chilzen, Dreamzen, dan WayZenNi. *Fanwar* antar sesama NCTzen dimulai dari sebuah cuitan oleh seorang individu sebagai fans, lalu banyak yang *relate* dan banyak penggiringan opini ke arah yang *toxic* serta kemudian bersinggungan dengan pihak lain. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini mengenai penyebab *fanwar* NCT pada media sosial X, serta bagaimana strategi *fanwar* sesama NCTzen di media sosial X. Tujuan penelitian ini antara lain untuk mengetahui penyebab terjadinya *fanwar* antar sesama NCTzen dan bagaimana strategi dalam proses terjadinya *fanwar*.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang menjadikan media sosial X sebagai lapangan penelitian dengan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan netnografi. Data yang diperoleh dari sumber primer dan sekunder. Sumber primer dalam penelitian ini bersumber langsung dari 12 informan penelitian yaitu NCTzen yang terdiri dari NCTzen all unit, Chilzen, Dreamzen, WayZenNi, dan solo stan. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kemudian penentuan informan menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah informan 12 akun. Analisis dilakukan dengan mereduksi data, menyajikan data, kemudian menarik kesimpulan. Analisis data pada penelitian ini menggunakan Teori Konflik milik Lewis A. Coser yang melihat suatu konflik bersifat positif (fungsional).

Hasil dari penelitian ini, ditemukan penyebab terjadinya *fanwar* dikarenakan agensi membuat *fandom* di dalam *fandom*, adanya oknum-oknum *toxic*, promosi yang tidak serupa, Haechan di dua unit, adanya sasaeng NCT, jadwal antar unit, superior fans, perbedaan pendapat dan pola pikir, *mistreatment*, dan *shipper*. Tujuan mereka melakukan *war* untuk meluapkan kekesalan, kepuasan batin, keadilan, dan mengedepankan ego. Kemudian tentang *safety valve* dalam *fandom* NCTzen. Strategi *fanwar* sesama NCTzen antara lain dengan *hate speech*, sarkas, menyerang idol, menyenggol sesama NCTzen, menggunakan akun kosong atau *fake account*, dan pembelaan terhadap idol. Pola-pola terjadinya *war* juga terbagi menjadi tiga yaitu *war* di dalam satu akun, *war* melalui kutipan, dan *war* tersebar.

Kata Kunci: *Fanwar*, NCTzen, Konflik Sosial, Media Sosial X

ABSTRACT

The fanwar phenomenon among NCTzen that occurred on social media X was caused by various triggers. NCTzen is divided into six according to NCT units, each unit has conducted fanwars but many are found to practice fanwars, including Chilzen, Dreamzen, and WayZenNi. Fanwar between NCTzen peers started from a tweet by an individual as a fan, then many related and a lot of opinion raising in a toxic direction and then intersecting with other parties. Based on this background, this study is about the causes of NCT fanwars on social media X, as well as how the fanwar strategies of fellow NCTzen on social media X. The purpose of this study is to find out the causes of fanwars between NCTzen and how the strategy in the process of fanwars occurs.

This type of research is a field research that makes social media X a research field with qualitative research methods. This study used a netnographic approach. Data obtained from primary and secondary sources. The primary source in this study was sourced directly from 12 research informants, namely NCTzen consisting of NCTzen all units, Chilzen, Dreamzen, WayZenNi, and solo stan. Data collection techniques through interviews, observation, and documentation. Then the determination of informants using purposive sampling techniques with the number of informants 12 accounts. Analysis is done by reducing data, presenting data, then drawing conclusions. Data analysis in this study uses Lewis A. Coser's Conflict Theory which sees a conflict as positive (functional).

The results of this study, found the cause of fanwars due to agencies creating fandoms in fandom, the presence of toxic elements, promotions that are not similar, Haechan in two units, the existence of NCT sasaengs, schedules between units, superior fans, differences in opinion and mindset, mistreatment, and shippers. Their purpose in waging war is to vent resentment, inner satisfaction, justice, and promote ego. Then about the safety valve in the NCTzen fandom. NCTzen's fanwar strategies include hate speech, sarcasm, attacking idols, nudging fellow NCTzen, using fake accounts, and defending idols. The patterns of war are also divided into three, namely war in one account, war through quotes, and war spread.

Keywords: Fanwar, NCTzen, Social Conflict, Social Media X

DAFTAR ISI

NOTA PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN.....	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH	6
C. TUJUAN PENELITIAN	6
D. MANFAAT.....	6
E. TINJAUAN PUSTAKA.....	7
F. METODE PENELITIAN.....	12
G. SISTEMATIKA PENELITIAN.....	18
BAB II	20
<i>FANWAR</i> NCT DI RANAH SIBER YANG DILAKUKAN OLEH <i>CYBERFANDOM</i> NCTZEN INDONESIA DI MEDIA SOSIAL X MENURUT TEORI KONFLIK LEWIS	
A. COSER.....	20
A. DEFINISI KONSEPTUAL	20
1. <i>Fanwar</i> (<i>War</i> Kelompok Penggemar).....	20
2. Konflik Sosial di Ranah Siber	20
3. NCT	21
4. NCTzen.....	22
5. Media Sosial X.....	25
B. TEORI KONFLIK LEWIS A. COSER.....	26
1. Asumsi Dasar Teori Konflik Lewis A. Coser.....	26

2. Konsep Kunci Teori Konflik Lewis A. Coser	29
C. KONFLIK MENURUT PERSPEKTIF ISLAM	32
BAB III	35
GAMBARAN UMUM <i>FANDOM</i> NCTZEN	35
A. GAMBARAN <i>FANDOM</i> NCTZEN	35
1. Sejarah Terbentuknya <i>Boygroupp</i> NCT	35
2. Sejarah Terbentuknya Fandom NCTzen	44
B. <i>FANWAR</i> SESAMA NCTZEN INDONESIA DI MEDIA SOSIAL X	48
1. <i>Fanwar Fans All Unit</i> dengan Dreamzen	48
2. <i>Fanwar</i> NCTzen Indonesia dengan NCTzen Malaysia	51
5. <i>Fanwar</i> Chilzen dengan Dreamzen	53
6. <i>Fanwar</i> Chilzen dengan Dreamzen	55
7. <i>Fanwar</i> WayZenNi dengan Dreamzen	57
8. <i>Fanwar</i> Dreamzen dengan Dreamzen	59
9. <i>Fanwar</i> Chilzen dengan Chilzen	61
10. <i>Fanwar</i> Dreamzen dengan Chilzen	63
BAB IV	65
FAKTOR PENYEBAB TERJADINYA <i>FANWAR</i> SESAMA NCTZEN INDONESIA DI X	65
A. PENYEBAB <i>FANWAR</i> SESAMA NCTZEN DI MEDIA SOSIAL X.....	66
1. Agensi/Menejemen.....	66
2. <i>Fandom</i>	80
3. Internal NCT	97
B. TUJUAN <i>FANWAR</i> SESAMA NCTZEN SEBAGAI BENTUK KONFLIK REALISTIS	103
1. Meluapkan Kekesalan	103
2. Kepuasan Batin	105
3. Keadilan	106
4. Mengedepankan Ego	108
C. <i>SAFETY VALVE</i> (KATUP PENYELAMAT) DALAM <i>FANWAR</i> SESAMA NCTZEN.....	109
BAB V	116
STRATEGI <i>FANWAR</i> SESAMA NCTZEN INDOESIA DI MEDIA SOSIAL X	116
A. STRATEGI <i>FANWAR</i> SESAMA NCTZEN INDONESIA DI MEDIA SOSIAL X	116

1. <i>Hate Speech</i>	116
2. Sarkas.....	122
3. Menyerang Idol.....	126
4. Menyenggol Sesama NCTzen.....	129
5. Menggunakan Akun Kosongan.....	132
6. Pembelaan terhadap Idol.....	136
B. MEME <i>FANWAR</i> SESAMA NCTZEN.....	139
C. POLA-POLA TERJADINYA <i>FANWAR</i> SESAMA NCTZEN INDONESIA DI MEDIA SOSIAL X.....	144
1. <i>War</i> di dalam Satu Akun.....	146
2. <i>War</i> Melalui Kutipan.....	147
3. <i>War</i> Tersebar.....	148
BAB VI.....	152
PENUTUP.....	152
A. KESIMPULAN.....	152
B. SARAN.....	153
DAFTAR PUSTAKA.....	154
LAMPIRAN.....	166
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	167

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Permasalahan setelah konser SMTown pada akun yang menceritakan pengalaman menonton konser tersebut.....	2
Gambar 2. Notulensi jenis-jenis war yang terjadi di X. Dirangkum oleh akun @yunocults.	3
Gambar 3. Permasalahan Voting yang Bertujuan untuk Kemenangan NCT.....	29
Gambar 4. Penggunaan kata-kata kasar pada cuitan NCTzen.	30
Gambar 5. Konflik non-realistis NCTzen.....	31
Gambar 6. Logo NCT.....	35
Gambar 7. Foto Anggota NCT setelah Konser NCT Nation: To the World in Tokyo Day 1.	36
Gambar 8. Logo NCT 127.....	37
Gambar 9. Anggota NCT 127.....	38
Gambar 10. Logo NCT Dream.....	39
Gambar 11. Anggota NCT Dream.....	39
Gambar 12. Logo WayV.....	40
Gambar 13. Anggota WayV.....	41
Gambar 14. Anggota NCT DoJaeJung.....	42
Gambar 15. Logo NCT Wish.....	43
Gambar 16. Anggota NCT Wish.....	43
Gambar 17. Logo NCTzen.....	45
Gambar 18. Logo NCTzen 127.....	46
Gambar 19. Logo NCTzen Dream.....	47
Gambar 20. Logo WayZenNi.....	48
Gambar 21. Fans All Unit dengan Dreamzen.....	49
Gambar 22. Fanwar Fans All Unit dengan Dreamzen.....	49
Gambar 23. Fanwar Fans All Unit dengan Dreamzen.....	50
Gambar 24. Fanwar Fans All Unit dengan Dreamzen.....	51
Gambar 25. Fanwar NCTzen Indonesia dengan NCTzen Malaysia.....	53
Gambar 26. Fanwar Chilzen dengan Dreamzen.....	54
Gambar 27. Fanwar Chilzen dengan Dreamzen.....	55
Gambar 28. Fanwar Chilzen dengan Dreamzen.....	56
Gambar 29. Fanwar Chilzen dengan Dreamzen.....	56
Gambar 30. Fanwar Chilzen dengan Dreamzen.....	57
Gambar 31. Fanwar WayZenNi dengan Dreamzen.....	58
Gambar 32. Fanwar WayZenNi dengan Dreamzen.....	58
Gambar 33. Fanwar Dreamzen dengan Dreamzen.....	60
Gambar 34. Fanwar Chilzen dengan Chilzen.....	61
Gambar 35. Fanwar Chilzen dengan Chilzen.....	62
Gambar 36. Postingan Pemicu War sesama NCTzen akun @fullofdozen.....	63
Gambar 37. War yang Dipicu oleh Postingan Milik @fullofdozen.....	64
Gambar 38. WayV dan NCT.....	68
Gambar 39. Protes Dreamzen terhadap Ketiadaan Promosi NCT Dream.....	70

Gambar 40. Postingan akun @junbooster.	72
Gambar 41. Perdebatan tentang Jadwal Antar Unit yang Tidak Sama.....	74
Gambar 42. Mistreatment terhadap Renjun NCT	78
Gambar 43. Postingan dari akun @Crimsosunset.	81
Gambar 44. Postingan di akun @zeeozou.	83
Gambar 45. Akun Toxic.	84
Gambar 46. Sasaeng NCT.	87
Gambar 47. Keberadaan Superior Fans NCT	90
Gambar 48. TaeyongF yang Mempermasalahkan Pola Pikir Beberapa NCTzen.....	92
Gambar 49. Postingan tentang shipper.	95
Gambar 50. Postingan akun @Crimsonsuunset.	99
Gambar 51. Postingan akun @gomdodmog.	100
Gambar 52. Postingan akun @haelohaechi.	100
Gambar 53. Postingan yang Disembunyikan.....	115
Gambar 54. Hate Speech.....	117
Gambar 55. Kalimat Sarkasme Sifat oleh NCTzen.	123
Gambar 56. Menyerang Idol.	127
Gambar 57, Menyenggol Sesama NCTzen.	129
Gambar 58. <i>Fake Account</i>	133
Gambar 59. Pembelaan terhadap Idol.	137
Gambar 60. Meme WayZenNi -127zen vs Dreamzen.	140
Gambar 61. Meme war antar unit.....	141
Gambar 62. Meme Romantizing NCTzen Life.	141
Gambar 63. Meme MarkF Ketika Ada Fanwar Antara Chilzen dan Dreamzen.	142
Gambar 64. War di dalam Satu Akun.	147
Gambar 65. War Kutipan.....	148
Gambar 66. War Tersebar.	149

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Informan penelitian.	16
Tabel 2. Faktor-faktor dan Penyebab Terjadinya Fanwar Sesama NCTzen.	101

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

War merupakan istilah yang digunakan kelompok penggemar K-Pop yang artinya memperdebatkan suatu hal yang dipermasalahkan. *War* kelompok penggemar atau *fanwar* dapat digambarkan sebagai bagian dari tindakan berlebihan yang mengarah pada fanatisme. Fanatisme adalah perilaku orang yang sangat tertarik dan obsesif terhadap seseorang atau sesuatu (Agnesia, 2019). *War* dalam penelitian ini tidak hanya terjadi antar kelompok penggemar, tetapi antar satu kelompok penggemar. Sesama NCTzen¹ cenderung mengalami ketegangan karena ketidakselarasan mendukung setiap member dari *boygroup* NCT yang berjumlah 26 orang. Setiap dari mereka banyak yang mendukung salah satu idol saja daripada mendukung semua member NCT yang disebut dengan *solo stan*. Demi menciptakan kenyamanan bersama untuk mendukung idol, maka para penggemar berupaya mengurangi penggemar dengan ciri yang disebutkan. Tidak hanya perkara tersebut, banyak masalah lain yang diperdebatkan seperti privasi idola, *ship bxb*, *sasaeng*, dan lain sebagainya. Uniknya, tidak ada kelompok pemenang atau kalah, setiap *war* mereka akan menorehkan pendapat dan bukti untuk mempertahankan kebenaran yang dibawa. Pendapat yang paling disetujui akan mendapat *like*, *retweet* dan komentar terbanyak, tetapi bukan berarti pendapat lain tidak dipertimbangkan. *Fanwar* terjadi di berbagai media sosial terkenal termasuk salah satunya di X². Penyebaran informasi di X lebih cepat daripada media sosial lainnya, maka dari itu penelitian ini dilakukan di media sosial X.

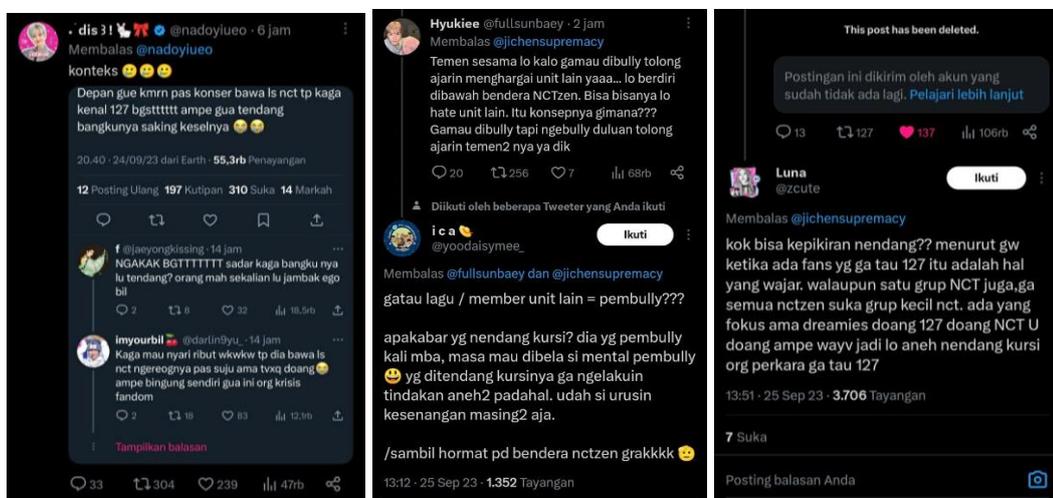
NCT memiliki enam subunit, tiga dari enam masing-masing ada nama pendukungnya sendiri, walaupun yang resmi hanya dua. Dimaksudkan di sini, fans dari NCT U, NCT 127, NCT Dream, WayV, NCT DoJaeJung dan NCT New Unit. Fans dari NCT Dream dan NCT 127 menamakan diri mereka sendiri sebagai

¹ Singkatan dari NCT Citizen yang merupakan nama kelompok penggemar NCT sejak 2017.

² Media sosial Twitter yang berubah nama menjadi X sejak Juli 2023 setelah dibeli oleh Elon Musk, akun yang digunakan masih dapat menggunakan akun Twitter yang lama.

Dreamzen dan Chilzen, nama tersebut tidak resmi tetapi umum digunakan di X karena beberapa fans mengaku hanya ingin mendukung salah satu unit saja. Nama kelompok penggemar resmi yang dikenalkan oleh perusahaan SM Entertainment adalah NCTzen dan WayZenNi. Resminya nama WayZenNi³ karena WayV merupakan subunit berbasis di China. Bisa terjadi hal demikian, karena ada hubungannya dengan politik yang sensitif antara Korea Selatan dan China sehingga nama grup dan kelompok penggemarnya sengaja dibuat berbeda untuk menghindari konflik berkepanjangan yang merugikan idol, perusahaan, penggemar, hingga negara.

Gambar 1. Permasalahan setelah konser SMTown pada akun yang menceritakan pengalaman menonton konser tersebut.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2023.)

War kelompok penggemar NCT pada gambar 1 dipicu oleh permasalahan setelah adanya konser SMTown di Jakarta tanggal 23 Agustus 2023. War terjadi ketika ada salah satu akun yang berkomentar mengenai kondisi selama menonton konser di venue Stadion Gelora Bung Karno. Ketikan tersebut memicu kemarahan sesama NCTzen karena tindakannya yang tidak dibenarkan. Akun tersebut mengakui bahwa dirinya menendang salah satu kursi penggemar yang ada di depannya karena tidak ikut bersorai ketika NCT 127 sedang tampil. Ada juga

³ Nama kelompok penggemar sub-unit NCT yaitu WayV. Penggemar tidak hanya dari China namun dari berbagai negara termasuk Indonesia.

penggemar yang malah berebut anggota yang bernama Jen0 sehingga berakhir adu mulut di tengah-tengah konser. Ada juga penggemar yang memiliki kesalahpahaman mengenai *lightstick* yang mati saat penampilan NCT 127 yang menimbulkan fitnah jika penggemar tersebut tidak *respect* kepada NCT 127. Kemudian ada klarifikasi dari penggemar yang bersangkutan bahwa *lightstick* miliknya kehabisan daya bukan karena tidak *respect* kepada NCT 127. Kericuhan tersebut terus berlanjut hingga dua hari lamanya untuk ketegangan tersebut mereda.

Gambar 2. Notulensi jenis-jenis war yang terjadi di X. Dirangkum oleh akun @yunocults.



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023.)

Gambar 2 menyebutkan beberapa *war* yang telah terjadi di media sosial X beberapa hari setelah konser SMtown di Jakarta. Merembet ke kasus lainnya, kini permasalahan AU⁴ kian mencuat ke permukaan kembali. Berawal dari danusan guna proyek kegiatan donasi untuk *vote* di platform tertentu untuk memenangkan *award* pada kegiatan akhir tahun. Para penggemar melakukan donasi untuk dapat membeli beberapa tiket guna melakukan *vote* kepada NCT 127, NCT Dream, dan WayV. Namun, NCTzen merasa kesal terhadap pembuat AU yang *nota bene* adalah

⁴ *Alternative Universe*, sebutan untuk sebuah cerita yang ditulis oleh seseorang dengan *face claim* menggunakan wajah idol, kemudian memanfaatkan pesan utas di X untuk menampilkan cerita tersebut. Ceritanya sejenis dengan yang ada di aplikasi Wattpad namun berbentuk *fake chat* atau pesan palsu yang dikarang oleh seseorang untuk cerita bersambung.

NCTzen yang seharusnya bisa mengajak maupun ikut donasi karena AU yang dipublikasikan di X telah dikomersilkan yang otomatis keuntungannya berada di pembuat AU. AU tersebut memiliki tokoh bernama San Jaegar yang *face claim*⁵ dari tokoh tersebut adalah Jaehyun NCT. Ketidakterimaan penggemar ada pada penggambaran tokoh San Jaegar yang sangat berkebalikan dengan sifat Jaehyun yang sebenarnya. San Jaegar digambarkan sebagai lelaki yang banyak memiliki sifat negatif. Akibat dari keributan tersebut, AU San Jaegar telah di *take down* dari akun pembuatnya yaitu @lowbatreyy.

Huru hara tentang privasi idola juga diperdebatkan antar sesama NCTzen, juga baru-baru ini tentang adik Haechan yang mengunggah video vlog-nya yang sedang berada di Jepang di media sosial Youtube. Penggemar ramai memperbincangkan karena takut akun Youtube tersebut akan tersebar ke mana-mana dan mengganggu privasi keluarga Haechan. Mereka meminta agar penggemar yang telah mengetahui nama akun tersebut diharapkan dapat menjaga agar tidak menyebar. Namun, beberapa tidak terima karena jika adik Haechan tahu jika vidionya akan tersebar secara algoritma Youtube, maka pasti tidak akan di-*upload*. Dalam kasus ini, penggemar Haechan berasumsi jika adiknya memang sengaja mengunggah video untuk ditonton publik dan tidak mempermasalahkannya. Tetapi, netizen Korea mem-*bully* adik Haechan karena sengaja memasukkan suara Haechan dalam vlog-nya. Video yang diunggah hanya vlog pemandangan, tidak ada menampilkan wajahnya sendiri bahkan kakaknya, Haechan. Hanya terdengar suara dari keluarganya termasuk suara Haechan yang mudah dikenali oleh NCTzen.

Kajian tentang *fanwar* NCT telah dikaji sebelumnya oleh Andriyana Eka Lestari dan Rina Sari Kusuma. Lestari dan Kusuma (2023) membahas tentang X sebagai media untuk *fanwar* penggemar K-Pop, menjelaskan tentang bebasnya media X untuk berkomunikasi, mencari informasi seputar idol, dan dimanfaatkan untuk tetap terhubung dengan idol. Kemudian membahas tentang kasus “Safa Space” yang sangat kontroversial sehingga menimbulkan *image* tidak baik bagi NCTzen Indonesia. X memiliki fitur *space* yang mana menghasilkan masalah

⁵ Penggambaran karakter tokoh melalui wajah dari idol K-Pop.

cyberbullying. Hasil penelitian tersebut di dominasi oleh *oppositional reading*. Maksudnya, pesan yang disampaikan melalui “Safa Space” tidak sejalan dengan pandangan para informan. Adanya space di X tidak menyelesaikan masalah tetapi malah menambah masalah. Persamaan dari penelitian ini, sama-sama membahas tentang *fanwar* yang terjadi pada kelompok penggemar NCT dan penelitian tersebut juga dilakukan di media sosial X. Perbedaan dalam kajian ini, terletak pada pembahasan. Kajian di atas membahas tentang kasus *space* di X yang sangat kontroversial di kalangan NCTzen yaitu kasus “Safa Space” sedangkan penelitian ini mengkaji semua jenis-jenis *fanwar* yang pernah dilakukan oleh sesama NCTzen Indonesia dan juga sering dilakukan antara Chilzen dan Dreamzen, Chilzen dan WayZenNi, hingga Dreamzen dan WayZenNi.

Berdasarkan uraian di atas, maka muncul ide untuk membahas penelitian di ranah siber dengan judul “*Fanwar* NCT sebagai Bentuk Konflik Sosial di Ranah Siber (Studi *Cyberfandom* NCTzen Indonesia di Media Sosial X).” Memfokuskan pada penelitian pada NCTzen Indonesia di media sosial X dan mencari penyebab terjadi serta strategi *fanwar* antar sesama NCTzen yang kerap bermunculan di beranda X dan sulit diprediksi. Penelitian ini dilakukan di media sosial X karena penyebaran informasi di aplikasi tersebut sangat cepat dan akurat. Penggemar akan sangat cepat mengetahui berita terbaru dan isu apa saja yang sedang tersebar karena adanya fitur *trending* dan *search bar* sehingga memudahkan penggemar untuk mencari apa yang mereka ingin ketahui. Bahkan pengguna X yang banyak membahas tentang K-Pop nomor satu adalah Indonesia, menurut Kompas.com dalam situsny menjelaskan berdasarkan data internal Twitter tahun 2021 yang dihimpun dari tanggal 1 Januari sampai 31 Desember. Negara lain di urutan selanjutnya ada Filipina, Korea Selatan kemudian Thailand (Tamtomo, 2022).

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka tersusunlah rumusan masalah sebagai berikut,

1. Mengapa terjadi *fanwar* sesama NCTzen Indonesia pada media sosial X?
2. Bagaimana strategi *fanwar* sesama NCTzen Indonesia pada media sosial X?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penulisan skripsi disusun sebagai berikut,

1. Untuk mengetahui penyebab *fanwar* sesama NCTzen Indonesia pada media sosial X.
2. Untuk mengetahui strategi *fanwar* sesama NCTzen Indonesia pada media sosial X.

D. MANFAAT

1. Manfaat Teoritis

- a. Ikut memberikan kontribusi untuk pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Sosiologi.
- b. Menjadi sumber referensi penelitian lebih lanjut tentang *fanwar* NCT di media sosial X serta para peneliti yang tertarik dengan kajian Sosiologi Cyber.

2. Manfaat Praktis

- a. Dapat dijadikan bahan penelitian selanjutnya tentang perluasan pembahasan mengenai *fanwar* NCT.
- b. Dapat memberikan pengetahuan baru bagi peneliti selanjutnya tentang kajian di ranah siber yang tidak kalah seru dari lapangan sebenarnya yaitu tentang *fanwar* NCT sebagai ketegangan sosial di ranah siber.

E. TINJAUAN PUSTAKA

1. *Fanwar* di Media Sosial

Kajian tentang *War* kelompok penggemar atau *fanwar* telah dilakukan oleh beberapa peneliti di antaranya oleh Rd. Putri Annida Qisti (2021), Kusnul Fitria (2022), Maria Villy Tesalonika Mangowal, dkk (2022), dan Narulita Sahara, dkk (2022). Kajian yang dilakukan oleh Qisti (2021) ditemukan bahwa makna konotasi ujaran kebencian yang dilakukan oleh netizen Twitter kepada penggemar K-Pop karena masih memandang sebuah kebebasan di ranah virtual berubah menjadi peluapan emosi, penyebaran *hoax*, hingga menghina dan menjatuhkan orang lain. Kajian yang ditulis oleh Fitria (2022) menunjukkan *war* melalui kolom komentar, pesan tidak langsung dan unggahan melalui Instagram *story*. *Fans* dan *haters* sama-sama menggunakan kata-kata kasar, agresif, dan tidak sopan selama proses berlangsungnya *fanwar* di Instagram. Kemudian pada penelitian yang dilakukan oleh Mangowal, dkk (2022) membahas akun Twitter yang bernama @Treasurebabble dalam mencegah *fandom war* dalam ranah virtual, terlebih peran komunikasi CMC (*Computer Mediated Communication*) mampu mencegah *war* karena akun tersebut mampu menjadi medium penggemar untuk berkomunikasi satu sama lain melalui dunia virtual atau internet. Selanjutnya kajian dari Sahara, dkk (2022) menunjukkan bahwa konflik yang terjadi karena adanya kompetisi yang dapat membuat frustrasi sehingga menyebabkan munculnya *stereotype*, prasangka, dan diskriminasi antar kelompok. Dampak dari konflik tersebut dapat menjadi dua subjek, karena kedua kelompok penggemar tersebut adalah teman baik dalam hal belajar namun tidak dalam dunia K-Pop.

Selaras dengan kajian yang telah disebutkan di atas, kemudian penelitian tentang *fanwar* di ranah siber selanjutnya telah dilakukan oleh Aldy Marcelino Letwory dan Lambok Hermanto Sihombing (2023), Tarisa Trihandayani, dkk (2023), kemudian oleh Widya Sandrila dan Wahyuningsih (2023). Pada penelitian yang dikaji oleh Letwory dan Sihombing (2023) ditemukan bahwa fenomena *fanwar* memiliki beberapa cara, seperti membalas komentar satu sama lain di media sosial menggunakan kata-kata menghina dan kasar menyala-nyala, membuat tweet

yang menjatuhkan idola dari penggemar lain, dan membuat video yang berisi berita *hoax*. Begitu juga dengan kajian dari Trihandayani, dkk (2023) fenomena yang diteliti berangkat dari perselisihan sekelompok penggemar K-Pop di media sosial yang memperdebatkan idola masing masing sehingga menyebabkan agresi verbal. Penelitian yang membahas tentang motivasi melakukan *war* yaitu pada penelitian yang telah dilakukan oleh Sandrila dan Wahyunengsih (2023) membahas tentang fans K-Pop yang melakukan *cyberbullying* karena fanatisme terhadap idol kesayangannya, melihat unggahan yang menjelek-jelekkan idolanya, cemburu hingga iri terhadap idola lain yang karena kurangnya pemahaman tentang etika dan norma-norma bermedia sosial. Mereka akan merasa puas jika memenangkan suatu perdebatan tentang hal yang sebenarnya tidak perlu serius untuk diperdebatkan lebih lanjut.

Dilihat dari tujuh rujukan diatas ditemukan persamaan bahwa penelitian dilakukan dengan mengangkat *fanwar* yang ada di media sosial. Ditemukan persamaan tentang penelitian yang membahas tentang kelompok masyarakat dengan dinamikanya menjalani kehidupan sosial sebagai makhluk yang berdampingan. Yaitu membahas kelompok penggemar K-Pop yang identik dengan keunikannya masing-masing seperti ditemukan adanya konflik di dalamnya, konflik yang terjadi diakibatkan oleh penyebab yang beragam seperti pembelaan terhadap idolanya yang sering diserang oleh *non-fans*, kemudian tentang hubungan idola dengan penggemarnya. Keterikatan antara idola dan penggemar ini sendiri yang akhirnya membangun hubungan emosional yang dapat dituangkan melalui karya mereka masing-masing. Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis, terletak pada lokasi penelitian yang dilakukan, pada dasarnya penelitian terdahulu lebih banyak meneliti di media sosial Instagram dan juga pada lapangan sebenarnya, sedangkan penelitian ini difokuskan hanya pada media sosial X. Di media sosial tersebut, banyak ditemukan pengguna yang menyebutkan dirinya dari kelompok penggemar NCT atau NCTzen khususnya penggemar dari Indonesia yang menjadi objek penelitian ini. Pengumpulan data melalui akun yang teridentifikasi NCTzen di X dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian. Selain karena lokasi, penelitian yang

memfokuskan pada *war* yang hanya terjadi pada lingkup kelompok penggemar NCTzen saja yang membelah diri menjadi penggemar per-unit. *Fanwar* di sini tidak hanya terjadi pada lingkup bahasa Indonesia saja, namun penggemar Indonesia pengguna bahasa Inggris juga masih saling mendebatkan hal yang berkaitan dengan NCT. Selain itu, penelitian tentang *fanwar* sesama NCTzen ini juga belum pernah ditemukan dalam literatur terdahulu sehingga harapannya penelitian ini dapat maksimal dalam pengambilan data di lapangan virtual.

2. Konflik Sosial di Ranah Siber

Penelitian tentang konflik sosial di ranah siber telah dilakukan oleh Hanna Rahmi dan Andreas Corsini (2020), M. Fadjroel Rachman dan Novri Susan (2021), dan juga oleh Imma Karisma dan Agussalim Burhanuddin (2023). Menurut Rahmi dan Corsini (2020) menguraikan benang merah historis adanya *hate speech* di media sosial yang berpotensi menyebabkan disintergrasi bangsa. *Hate speech* telah muncul sejak lama disertai dengan peristiwa kekerasan, perundungan, bahkan genosida massal pada sekelompok individu atau masyarakat tertentu. Kemudian kajian menurut Rahman dan Susan (2021) menguraikan tentang masyarakat yang mendefinisikan ulang bagaimana konsep modal sosial yang berkaitan dengan keamanan siber. Tantangannya ada pada masalah keamanan siber. Masyarakat dan aktor sosial menghadapi berbagai ancaman sosiologis seperti pembajakan identitas, kejahatan dunia maya, dan kekerasan. Setelahnya tentang kajian yang ditulis oleh Karisma dan Burhanuddin (2023) menjelaskan tentang terciptanya Wizard Spider dan IT Army sebagai organisasi khusus *cyber* serta aktor pendukung yang berperan langsung dalam ranah konflik. Organisasi ini secara tidak langsung telah menjadi aktor dominan melalui perannya dalam melakukan ancaman dan serangan siber serta menjadi aktor penentu arah konflik perang siber Rusia-Ukraina.

Penelitian tentang konflik siber selanjutnya telah dilakukan oleh Vega Lidya Pratiwi (2023), dan Yessi Mareta Andari1 Putri Fitrawati Azahra, dkk (2023). Pratiwi (2023) menguraikan tentang peran Sosiologi Hukum dalam menyikapi adanya ujaran kebencian yang ada media sosial. Semakin maraknya ujaran kebencian yang terjadi di media sosial perlu adanya pengendalian sosial dan hukum

untuk meminimalisir perilaku tersebut untuk mengurangi konflik berkepanjangan. Azahra, dkk (2023) mengungkapkan pada kajian mereka bahwa masih banyak bullying di media sosial yang dilakukan oleh anak-anak yang masih menempuh SMP. Kurangnya pendidikan moral dari lingkungan keluarga dan sosial yang seharusnya didapatkan menyebabkan timbulnya perilaku agresif yang merembet ke media sosial maupu di kehidupan nyatanya.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang membahas tentang ketegangan sosial di ranah siber, persamaan dengan penelitian ini terletak pada pembahasan yang membahas *hate speech* yang banyak ditemukan di media sosial terutama pada dunia K-Pop banyak *hate speech* yang disampaikan oleh beberapa akun yang tidak menyukai idol atau bahkan tidak menyukai sikap dari kelompok penggemar tertentu. *Hate speech* banyak ditemui di media sosial terutama di X yang penyebarannya cepat karena algoritmanya. Kemudian dengan penelitian lain yang telah ditemukan, sama-sama membahas konflik sosial di ranah siber yaitu bagian dari tindakan *bullying*. Perbedaannya ada pada pembahasan yang ada. Penelitian ini terbatas pada kelompok penggemar NCT saja, membahas ketegangan sosial yang terjadi di kelompok tersebut yang banyak menimbulkan tindak *bullying*, ujaran kebencian, perasaan tidak nyaman, hingga dapat berdampak pada kehidupan sehari-hari. Tetapi, batasan penelitian ada pada media sosial X saja yang memfokuskan kegiatan siber pada kelompok penggemar NCT Indonesia yang umum dilakukan pada aplikasi tersebut.

3. Cyberfandom NCTzen

Sama seperti substansi sebelumnya, peneliti menemukan kajian tentang *cyberfandom* NCTzen telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Yaitu berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Adelia Novita Azhari dan Fafi Inayatillah (2022), Nirmala Sapta Nirwana, dkk (2022), Weni Adityasning Arindawati, dan Fardiah Oktariani Lubis (2022), Lukman Hakim dan Feny Rukmanasari (2023). Pada kajian yang dilakukan oleh Azhari dan Inayatillah (2022) mendeskripsikan makna, bentuk, dan fungsi bahasa slang oleh NCTzen pada akun @Official_NCT. Kemudian dari Nirwana, dkk (2022) membahas tentang

makna dari lirik lagu *Sorry, Heart* milik NCT Dream melalui analisis semiotika milik Ferdinand De Saussure yang di mana penandanya adalah lirik lagu *Sorry, Heart* yang dipopulerkan oleh NCT Dream. Petandanya adalah makna dari lirik yang ingin disampaikan melalui lagu tersebut. Sama seperti uraian sebelum ini, penelitian yang dilakukan oleh Hakim dan Rukmanasari (2023) sama-sama menganalisis penelitian berdasarkan teori semiotika milik Ferdinand De Saussure. Hasil penelitian menunjukkan adanya makna dibalik lagu berjudul *Beautiful* oleh NCT 2021 yang mengajak penggemar untuk mencintai diri sendiri dan menghilangkan rasa tidak percaya diri karena di setiap insan memiliki keistimewaannya masing-masing yang tidak dimiliki orang lain.

Tentang NCTzen lainnya, namun pembahasannya berbeda, kini menurut penelitian yang dilakukan oleh Marino Ananda, dkk (2021), Anjasmoro Dwi Pamungkas dan Dholley Dwi Jatmiko Latabulo (2023), dan Cindi Purnama Sari (2023). Penelitian oleh Ananda, dkk (2021) menjelaskan NCTzen yang memiliki rasa loyalitas yang tinggi kepada grub kesayangannya, sehingga menimbulkan perilaku konsumtif dengan pembelian album dengan jumlah banyak, membeli tiket konser, pembelian *lightstick*, dan tingginya pembelian *photocard*. Kemudian Pamungkas dan Latabulo (2023) menguraikan tentang NCT Dream yang membangun citra kepada NCTzen Indonesia melalui postingan “goyang mendukung tanpa udan” yang diunggah pada 2021 lalu, hal tersebut banyak menyita perhatian di berbagai kalangan. Terakhir milik Sari (2023) yang mengkaji budaya kelompok penggemar di media sosial. Terdapat empat bidang yaitu komunikasi antar penggemar menggunakan identitas virtual. Kebiasaan lainnya dimuat pada bidang pengetahuan, kreativitas, serta kemampuan organisasi dan kemampuan sipil.

Dimaksudkan penelitian yang berfokus pada ranah siber atau virtual, maka persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang berobjek pada *cyberfandom* NCTzen terbatas pada ranah siber saja yang beraktivitas di media sosial. Perbedaan penelitian terletak pada pembahasan. Penelitian terdahulu membahas aktivitas NCTzen yang berperilaku konsumtif, budaya kelompok penggemar, dan membahas tentang arti mendalam dari lirik lagu NCT yang

ditujukan untuk NCTzen agar memiliki kepercayaan diri terhadap dirinya sendiri, serta bahasa *slang* yang digunakan penggemar untuk mengungkapkan rasa kagum terhadap idolanya yang dilakukan di media sosial TikTok. Sedangkan penelitian ini membahas *war* antar sesama NCTzen yang terbatas pada penggemar Indonesia di media sosial X. *Fanwar* di sini terjadi akibat beberapa pemicu salah satunya *bullying* terhadap idol yang dilakukan oleh NCTzen itu sendiri hingga permasalahan lain seperti *sasaeng* yang mengikuti idol setiap ada kegiatan, penulisan AU menggunakan *face claim* wajah anggota NCT dan permasalahan lainnya yang memicu adanya strategi kelompok penggemar NCT untuk pembahasan *fanwar* NCT lebih dalam.

F. METODE PENELITIAN

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan, lapangan yang dimaksud adalah lapangan virtual pada media sosial X dengan batas penelitian pada kegiatan *fanwar* sesama NCTzen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, dengan pendekatan netnografi. Dikutip dari buku yang ditulis oleh Sugiyono (2017), penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang melakukan penelitian di lingkungan objek alami, dengan peneliti sebagai alat utama. Saryono (2010) mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keunggulan dari pengaruh sosial yang tidak dapat diukur dan dijelaskan melalui metode kuantitatif. Metode kualitatif berbeda dengan penelitian kuantitatif karena penelitian kualitatif memulai dengan data, menggunakan teori yang sudah ada sebagai bahan penjelasan, dan akhirnya menghasilkan teori (Nasution, 2023).

Kemudian pendekatan netnografi adalah pendekatan penelitian yang dilakukan secara *online* menggunakan internet. Mulai dikembangkan pada tahun 1995, Robert Kozinets seorang profesor di Southern University di Amerika Serikat mulai mengembangkan metode penelitian yang dilakukan secara *online* menggunakan internet. Untuk mengumpulkan data, etnografi berbeda dengan

netnografi karena dalam etnografi peneliti tidak berbicara langsung dengan informan. Sebaliknya, dalam netnografi, peneliti berkomunikasi dengan informan melalui internet dengan bantuan orang lain. Peneliti dapat mengumpulkan data penelitian sebanyak mungkin dengan menggunakan berbagai aplikasi yang tersedia di internet. Dalam penelitian ini, peneliti fokus mengumpulkan data sebanyak mungkin di media sosial X hingga tidak ada lagi data yang dianggap baru atau sudah pada tahap data jenuh. Dikutip dari Kozinets (2010) dalam bukunya berjudul *Netnography: Redefined* menyatakan bahwa,

“In addition, netnographic researchers are not dealing merely with words, but with images, drawings, photography, sound files, edited audiovisual presentations, website creations and other digital artifacts. Netnography provides participative guidelines, including an advocacy of the research webpage, the inclusion of Skype interviews, and in-person participative fieldwork, in order to migrate the refined perceptivity of ethnography to online media.”

Kozinets menyatakan bahwa peneliti yang menerapkan metode netnografi tidak hanya menggunakan kata-kata, mereka juga menggunakan gambar, foto, data suara, presentasi audiovisual yang diedit, dan artifak digital lainnya (Kozinets, 2010). Kozinets (dalam Sofian, 2023) bahwa terdapat tahapan-tahapan melakukan riset dengan menggunakan pendekatan netnografi yaitu,

- a. *Definition of research questions, social sites or topics to investigate*, merupakan tahap perencanaan melakukan penelitian. Pada penelitian ini, penulis merencanakan penelitian yang berfokus pada *fanwar* sesama NCTzen di media sosial X sebagai konflik sosial di ranah siber.
- b. *Community identification and selection*. Pada tahapan ini, terjadi ketika peneliti melakukan kontak awal dan memasuki lingkungan komunitas. Dalam hal ini, peneliti melakukan kontak awal yaitu menghubungi akun-akun NCTzen yang pernah terlibat dalam *fanwar* sesama NCTzen untuk meminta izin melakukan wawancara guna mendapatkan data dan setelah itu memasuki lingkungan fandom NCTzen dimulai dari mengikuti akun-

akun *fanbase* NCTzen di X kemudian pada akun-akun pribadi yang aktif membahas tentang ketegangan yang sedang terjadi di dalam *fandom* NCTzen.

- c. *Community participation-observation (engagement, immersion) and data collection (ensure ethical procedures)*. Pada tahapan ini berupa praktik pengumpulan data oleh peneliti dengan melakukan pengamatan terlibat terhadap kelompok yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti menggali data dengan observasi dan wawancara. Wawancara dengan informan terpilih, sebelum itu peneliti melakukan pengamatan terhadap praktik *fanwar* sesama NCTzen di media sosial X untuk memperoleh data tentang penyebab dan strategi *fanwar*. Peneliti menjumpai data lain sebagai pendukung yaitu data tentang tujuan melakukan *fanwar*, *safety valve* untuk mengurangi *fanwar*, meme yang muncul setelah adanya *fanwar*, dan pola-pola terjadinya *fanwar* antar sesama NCTzen.
- d. *Data analysis and iterative interpretation of findings*. Tahapan ini peneliti melakukan analisis dan interpretasi terhadap data-data yang sudah dikumpulkan. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan interpretasi data dan menganalisis tiap-tiap data dengan menggunakan penelitian-penelitian terdahulu dan teori konflik milik Lewis A. Coser.
- e. *Write, present, and report research findings and/or theoretical and/or policy implication*, merupakan tahap terakhir peneliti melakukan presentasi dari etnografer terkait produk akhir dari riset yang dikerjakan.

2. Sumber dan Jenis Data Penelitian

a. Sumber Primer

Sumber data primer yaitu tempat perolehan data yang bersifat utama atau pokok. Jenis data penelitian ini bersumber pada NCTzen yang ada di media sosial X dengan melihat kegiatan mereka yang dapat memicu bahkan sampai terjadi *war*. Data diperoleh dari hasil observasi langsung maupun tidak langsung dan wawancara tidak terstruktur kepada akun-akun yang telah memenuhi kriteria dalam penelitian.

b. Data Sekunder

Kemudian untuk sumber data sekunder adalah sumber pendukung atau tambahan sebagai pelengkap dari sumber data primer, jenis datanya diperoleh dari literatur yang sama-sama membahas tentang *fanwar*, dan dapat melalui buku-buku yang relevan dengan penelitian. Data pendukung lainnya dapat berupa meme yang banyak tersebar sebagai bentuk dari bagian *fanwar*, kemudian ada video yang dapat menjadi konteks perdebatan dan *audiovisual* seperti data yang diperoleh dari percakapan antar akun penggemar di fitur kolom komentar.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data yang dibutuhkan guna mengetahui hal yang berkepentingan dengan penelitian. Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data menggunakan observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi melalui teks, gambar-gambar, foto dan lain-lain. Berikut penjelasan dari masing-masing teknik yaitu,

a. Observasi Partisipatif

Observasi partisipatif merupakan teknik pengamatan yang dilakukan oleh peneliti dengan terjun langsung melihat fenomena *fanwar* NCT untuk mengetahui hal apa saja yang menyebabkan kemarahan satu sama lain, juga bergabung dengan pengguna akun yang sedang memperdebatkan masalah yang sedang terjadi. Menurut buku yang tulis oleh Sugiyono (2017) observasi partisipatif digolongkan menjadi empat yaitu partisipasi pasif, moderat, terus terang dan tersamar, dan observasi lengkap. Penelitian ini menggunakan observasi partisipatif moderat. Peneliti ikut dalam kegiatan *fanwar* tetapi hanya beberapa kegiatan saja, tidak semuanya. Sisanya untuk memperoleh tambahan informasi dengan mengamati kegiatan *fanwar* sampai titik kegiatan tersebut berhenti dengan sendirinya.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan peneliti dengan mengajukan pertanyaan melalui akun-akun NCTzen yang ada di media sosial X sebagai sumber primer dalam penelitian. Wawancara menggunakan pertanyaan-pertanyaan terstruktur untuk memperoleh data hingga data tersebut jenuh. Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive*.

Teknik *purposive* merupakan penentuan informan yang bersumber dari pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017). Dalam kajian ini, peneliti telah menentukan akun-akun yang akan diwawancarai di media sosial X yaitu memiliki kriteria sebagai seorang NCTzen baik itu dari Chilzen, Dreamzen, WayZenNi, penggemar semua unit (*all unit*), dan solo stan yang merupakan pengguna media sosial X, pernah mengikuti *fanwar* sesama NCTzen di X atau pernah melihat *fanwar* NCTzen yang ada di media sosial X. Alasannya, dengan memilih seorang NCTzen pengguna media sosial X, berarti informan tersebut mengetahui tentang kondisi *fandom* NCTzen pada media sosial tersebut. Dengan syarat pernah mengikuti dan setidaknya pernah melihat proses *fanwar* sesama NCTzen, informan akan memberikan informasi terkait penelitian tentang *fanwar* sesama NCTzen di media sosial X.

Berdasarkan teknik penentuan informan melalui teknik *purposive*, maka peneliti telah menentukan akun-akun yang diwawancarai yaitu,

Tabel 1. Informan penelitian.

No.	Nama Akun X	Pengikut	NCTzen
1.	@jeongharu	18.876	All unit
2.	@Crimsonsunset	1.474	All unit
3.	@juwlpi	797	All unit
4.	@gudegmatcha	38	All unit
5.	@Veymatcha	319	Chilzen
6.	@chiesmiez	55	Chilzen
7.	@brightsunxx	1.147	Dreamzen

8.	@chowkibear	808	Dreamzen
9.	@berrypinkeudery	1.231	WayZenNi
10.	@strawderry_	630	WayZenNi
11.	@naynay_66	6.154	Sunflower
12.	@dhyckst	269	MarkF
13.	@lesbeacoup	245	Valentines
14.	@leejeluoluluu	48	Royals

c. Dokumen

Kredibilitas data akan lebih terpercaya jika pengumpulan data dengan melalui dokumen atau catatan peristiwa yang sudah berlalu dengan melalui beberapa foto-foto, meme, dan *audiovisual* karena di media sosial X. Peneliti memilih foto, meme, dan vidio yang terdapat pada media sosial X yang dapat digunakan sebagai media informasi bagi peneliti.

4. Teknik Analisis Data

Menggunakan teknis analisis data dari model Miles dan Huberman yang dikutip dari Sugiyono tahun 2017 mengemukakan bahwa metode atau teknik pengolahan data kualitatif dapat dilakukan melalui tiga tahap, yakni *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/ Verification* (Nasution, 2023).

a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Data lapangan pasti cukup besar dan dalam bentuk yang tidak setetap dengan data kuantitatif. Oleh karena itu, reduksi data dapat dilakukan dengan merangkum, memilih yang paling penting, memprioritaskan yang penting, mencari tema dan pola, dan membuang yang tidak penting.

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah reduksi, langkah selanjutnya adalah menampilkan data untuk tampilan yang lebih jelas. Data yang dimaksud di sini dapat dipresentasikan dalam format tabel dengan format yang rapi atau dengan grafik, chart, piktogram, dan sejenisnya.

c. *Conclusion Drawing/Verification* (Menarik kesimpulan)

Penarikan kesimpulan dan verifikasi adalah langkah ketiga dalam analisis data kualitatif, menurut Miles dan Huberman. Kesimpulan awal hanya sementara dan akan berubah setelah ditemukan bukti yang kuat yang mendukung proses pengumpulan data berikutnya. Namun, jika ada bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dibuat menjadi kredibel.

G. SISTEMATIKA PENELITIAN

Penulis membagi sistematika penulisan dalam enam bab untuk memudahkan penulisan dan pemahaman dalam skripsi ini. *Outline* dari enam bab tersebut sebagai berikut,

BAB I

PENDAHULUAN

Terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II

***FANWAR* NCT DI RANAH SIBER YANG DILAKUKAN OLEH *CYBERFANDOM* NCTZEN INDONESIA DI MEDIA SOSIAL X MENURUT TEORI KONFLIK LEWIS A. COSER**

Bab ini menjelaskan tentang definisi konseptual dan bagaimana *war* kelompok penggemar terjadi yang dilihat menggunakan teori konflik milik Lewis A. Coser yang melihat konflik tidak hanya dari segi negatif namun positifnya juga, di mana konflik dibagi menjadi konflik sosial realistik dan juga non realistik.

BAB III

GAMBARAN UMUM *FANDOM* NCTZEN

Bab ini berusaha menjelaskan tentang gambaran fandom NCTzen dan *fanwar* yang dilakukannya di media sosial X. Praktik *fanwar* yang dilakukan di media sosial tentu berbeda dengan yang ada di lapangan yang sebenarnya bahkan di *real life* mereka jarang bertengkar masalah idol kesayangannya tetapi kebanyakan terjadi di media sosial X.

BAB IV

PENYEBAB TERJADINYA *FANWAR* SESAMA NCTZEN INDONESIA DI X

Bab IV menjelaskan tentang penyebab kegiatan *fanwar* yang terjadi pada sesama NCTzen di X. Mendeskripsikan secara lengkap hasil dari wawancara, observasi, dan dari temuan gambar, *meme*, teks, hingga informasi lainnya. Menjelaskan tujuan melakukan praktik *fanwar* dan menemukan *safety valve* (katup penyelamat) pada *fanwar* sesama NCTzen.

BAB V

STRATEGI *FANWAR* SESAMA NCTZEN INDONESIA DI X

Melihat bagaimana strategi *fanwar* sesama NCTzen. Strategi ini melihat dari bagaimana titik koordinat permasalahan itu terjadi kemudian kelompok ini akan saling membangun komunikasi untuk membahas permasalahan yang ada dengan pola-pola yang tetap.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir ini akan ditarik kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan dan menuliskan saran untuk penelitian selanjutnya yang mengangkat isu yang sama.

BAB II

FANWAR NCT DI RANAH SIBER YANG DILAKUKAN OLEH CYBERFANDOM NCTZEN INDONESIA DI MEDIA SOSIAL X MENURUT TEORI KONFLIK LEWIS A. COSER

A. DEFINISI KONSEPTUAL

1. *Fanwar* (*War* Kelompok Penggemar)

War kelompok penggemar atau populer dengan sebutan *fanwar* adalah sebuah kegiatan ketika antar kelompok penggemar saling mencela idol lain dan membela idol favoritnya dengan berbagai pemicu (Andriani, Anwar, Akram, & Alimuddin, 2020). Hal ini terjadi karena bentuk kekecewaan individu maupun kelompok terhadap bentuk permasalahan dalam hubungan sosial yang terjalin antar sesama penggemar. Kemudian ekspresi ini dituangkan melalui rangkaian kata-kata yang sekiranya dapat meluapkan rasa kekecewaan tersebut sehingga *fanwar* terjadi ketika ada individu maupun kelompok lain menanggapi pernyataan yang ditulis secara berlawanan.

Berbagai opini ditemukan dari beberapa akun yang berpartisipasi dalam *war*. Fenomena ini dapat menyebabkan perasaan tidak nyaman ketika melihat tulisan yang berbau kebencian yang berhubungan dengan salah satu idol maupun grub sehingga memicu pertentangan yang menyebabkan terjadinya *war* kelompok penggemar. *War* paling terkenal yang terjadi di dunia K-Pop antara ARMY dan EXO-L saat kedua kelompok tersebut sedang berada dalam puncak kepopuleritasan, sehingga persaingan terjadi pada kelompok penggemar dalam merebutkan suatu posisi dalam sebuah acara penghargaan. *War* tersebut merambat hingga penghinaan kepada idol yang dapat dikatakan sebagai tindak *bullying*.

2. Konflik Sosial di Ranah Siber

Konflik sosial didefinisikan sebagai ketegangan, atau pertentangan antar individu maupun kelompok yang memiliki kepentingan dan tujuan yang berbeda (Chomsah, 2023). Lewis A. Coser mendefinisikan konflik sebagai adaptasi internal dan juga upaya dalam melawan struktur sosial yang ada. Ruang siber menjadi media

ruang publik sebagai pertukaran gagasan dan ilmu kini bergeser sebagai ruang untuk saling menyebarkan ujaran kebencian. Hal ini yang bisa menyebabkan ketegangan sosial di ranah siber terus memuncak karena kebebasan berpendapat di media sosial walaupun kini sudah diawasi oleh UU ITE. Ujaran kebencian ini bisa berbentuk berita bohong, fitnah, dan provokasi (Kusumasari & Arifianto, 2019).

Kesalahpahaman dalam memahami teks atau pendapat, sensitivitas terhadap simbol, *cyberbullying*, waktu dan fungsi komunitas, egosentris, dan postingan isu SARA terhadap perbedaan latar belakang anggota komunitas menjadi penyebab dari konflik sosial dalam suatu komunitas virtual. Konflik-konflik sosial pada ranah siber tersebut membuat anggota komunitas virtual terbagi menjadi tiga kelompok, yaitu kelompok liberal, konservatif, dan *silent reader* (Triantoro, 2019).

3. NCT

NCT singkatan dari *Neo Culture Technology* yang merupakan *boygroup* asal negara Korea Selatan yang debut sejak tahun 2016 di bawah naungan agensi ternama, SM Entertainment. Diketuai oleh Taeyong, anggota NCT berjumlah 26 *member* yaitu Taeil, Johnny, Yuta, Kun, Doyoung, Ten, Jaehyun, Winwin, Jungwoo, Mark, Xiaojun, Hendery, Renjun, Jeno, Haechan, Jaemin, Yangyang, Chenle, Jisung, Sion, Riku, Yushi, Daeyoung, Ryo, dan Sakuya. Tidak semua anggota grup tersebut berkewarganegaraan Korea Selatan namun berasal dari beberapa negara yaitu negara China, Jepang, Taiwan, Amerika Serikat, dan Kanada. Sebelumnya, ada empat orang lagi yang berkegiatan atas nama NCT namun karena beberapa kebijakan maka mereka harus melepas nama mereka dari NCT. Mereka adalah Lucas, Sungchan, Shotaro, dan Jungmin. Lucas kini menjadi *soloist* tetapi belum memulai debutnya, sedangkan Sungchan dan Shotaro debut kembali menjadi anggota dari *boygroup* RIIZE di bawah naungan agensi yang sama. Jungmin awalnya berhasil bergabung dengan NCT New Team, namun karena alasan kesehatan dan telah melalui pertimbangan dengan keluarganya, Jungmin kembali menjadi *trainee* dan tidak ikut debut bersama NCT New Team.

NCT memiliki enam unit yaitu NCT U, NCT 127, NCT Dream, WayV, NCT DoJaeJung, dan NCT New Unit. Para anggota akan tergabung di unit tetap dan tidak

tetap. NCT U merupakan unit tidak tetap tersebut. Unit ini akan secara acak memiliki anggota yang berasal dari lima unit lainnya. Para anggota yang tergabung dalam unit tetap di NCT 127, NCT Dream, WayV, NCT DoJaeJung, dan NCT New Unit akan tergabung secara *random* menjadi anggota unit NCT U pada proyek tahunan. Awalnya, grub ini menggunakan sistem *limitless expansion* yaitu sistem grub dengan jumlah anggota tidak terbatas. Anggota bisa bertambah seiring berjalannya waktu dan dapat kapan pun ada penambahan member. Namun, CEO SM Entertainment kemudian memberhentikan sistem ini, tetapi sebelum berakhirnya sistem tersebut CEO SM Entertainment menambahkan NCT New Unit sebagai unit terakhir dalam grub NCT. Sehingga, kini NCT memiliki 26 anggota tetap.

Lokus penelitian ini pada tiga unit NCT yang memiliki penggemar masing-masing. Tiga unit kelompok penggemar tersebut sering terlibat dalam konflik di media sosial khususnya di media sosial X. Unit yang dimaksud adalah NCT 127, NCT Dream, dan WayV. Beberapa banyak yang mendukung semua anggota NCT namun beberapa mengaku hanya peduli dengan satu unit saja. Kelompok penggemar dari tiga unit ini termasuk paling aktif dari penggemar yang mendukung semua unit. Permasalahan yang muncul banyak dipicu dari akun personal penggemar yang memberikan pendapat yang berpotensi menjatuhkan salah satu unit di NCT. Perdebatan yang ada saling bertaut di kolom komentar di akun personal milik salah satu penggemar unit menjadi pemicu *war* antar NCTzen.

4. NCTzen

NCTzen atau singkatan dari NCT Citizen merupakan nama kelompok penggemar NCT yang resmi diumumkan sejak 2017 melalui siaran *live streaming* anggota NCT di platform Vlive. Singkatnya, NCTzen dimaksudkan sebagai penduduk yang mendiami kota NCT. NCTzen selalu aktif mendukung seluruh kegiatan yang dilakukan oleh NCT, mulai dari kegiatan *vote* untuk meraih penghargaan di sebuah acara, *streaming music video* di Youtube, rajin mendengarkan lagu di platform musik, datang ke *fanmeeting*, membeli album yang banyak agar menang *fanmeeting video call online*, hingga datang ke konser yang

diselenggarakan oleh NCT. Popularitas NCT sampai ke telinga masyarakat umum dan hal tersebut yang membuat masyarakat akhirnya tertarik untuk mengikuti NCT. Menurut situs *pikiranrakyat.com* yang bersumber dari *KpopStarz*, NCT diperkirakan memiliki 346 ribu penggemar inti. Hal ini dilihat dari royalnya NCTzen yang membeli album dengan jumlah tinggi, satu orang bahkan dapat membeli tujuh hingga sebelas album, hal ini sebagai bentuk dukungan karena album NCT sebagian besar dibeli oleh kelompok penggemar hingga disebut *fandom* paling royal daripada *Reveluv*, *EXO-L*, *Mys*, dan lainnya (Lubis, 2023).

Tidak semua NCTzen mendukung keseluruhan member, mereka merasa memiliki hak untuk menyukai salah satu unit hingga *solo stan* saja. Inilah yang membuat NCTzen lainnya menyayangkan hal tersebut, dibalik itu semua memang kembali lagi dari hak para penggemar karena tidak semua memiliki waktu penuh untuk mendukung NCT yang anggotanya lebih dari 20 orang. Permasalahannya ada pada penggemar yang hanya mendukung salah satu unit namun menjatuhkan unit lainnya dengan melontarkan ujaran kebencian sehingga menimbulkan ketegangan yang banyak menarik perhatian dari seluruh NCTzen. Masing-masing unit memiliki penggemarnya sendiri, tetapi hanya kelompok penggemar *WayV* yang memiliki nama resmi. Kelompok penggemar itu sebagai berikut,

a. WayZenNi

Telah diputuskan oleh agensi pada 20 September 2019 bahwa nama kelompok penggemar dari *WayV* adalah *WayZenNi*. Melalui media sosial *Weibo*, surat resmi dikeluarkan sebagai tanda resminya nama tersebut untuk digunakan oleh penggemar yang mendukung *WayV*. Nama tersebut singkatan dari *WayV Cherish You*, dalam bahasa Mandarin yang artinya *WayV* akan selalu melindungi, menyayangi, dan mencintai penggemarnya. Penggemar Indonesia di media sosial *X* memiliki akun *fanbase* bernama *@weishenvess* yang dikelola otomatis oleh akun *@donatweishen*. Akun tersebut khusus membahas subunit NCT yaitu *WayV* yang telah memiliki 119,5 ribu postingan sejak Maret 2019.

b. Dreamzen

Dreamzen sendiri sebutan untuk penggemar yang hanya mendukung unit NCT Dream saja. Akun fanbase Indonesia @NCTDreamINA merupakan akun yang dikhususkan untuk membahas seputar NCT Dream di X. Penggemar dapat mengirim pesan secara anonim dengan beberapa syarat. Menfess tersebut dikelola secara otomatis oleh @Snowdreamies yang bertanggung jawab sebagai admin yang mengelola @NCTDreamINA. Akun @NCTDreamINA sudah memiliki 211,2 ribu postingan sejak bergabung ke X pada April 2020. Syarat-syarat itu harus sudah diikuti balik oleh @NCTDreamINA, memiliki aplikasi Telegram, dan selanjutnya mengikuti video arahan dari akun @Snowdreamies.

c. Chillzen

Sama seperti Dreamzen, Chillzen adalah sebutan untuk fans yang hanya mendukung NCT 127 saja. Chillzen sendiri dari kata “Chil” yang diambil dari bahasa korea angka tujuh yaitu *chil*. Kata “Zen” sendiri diambil dari “NCTzen”. Akun *fanbase* di X bernama @nct127fess, *base* yang khusus membahas seputar NCT 127, informasi akan tersampaikan melalui *base* ini kemudian penggemar akan mengetahui fenomena terkini. *Base* ini memiliki 114 ribu postingan sejak bergabung pada Juli 2019 yang dikelola oleh akun @missilichill.

d. Solo Stan

Setiap penggemar memiliki bias-nya masing-masing. Bias di sini merupakan singkatan dari *Being Inspired and Addicted to Someone*. Jadi, di setiap grub mereka memiliki anggota favoritnya masing-masing. Tiap member dari NCT memiliki nama penggemarnya masing-masing. Penggemar ini hanya menyukai salah satu member saja dan disebut sebagai solo stan. Nama-nama tersebut yaitu, Moondanse (Taeil), Johfam (Johnny), TyongF (Taeyong), Ai (Yuta), Nuoyi (Kun), Doppu (Doyoung), 10vely (Ten), Valentines (Jaehyun), Yunqis (Winwin), JungP (Jungwoo), MarkFs (Mark), Kuanggong (Xiaojun), Hengni (Hendery), Injeolmies (Renjun),

Royals (Jeno), Sunflowers (Haechan), Nanadongies (Jaemin), Lilsuns (Chenle), dan Asteroids (Jisung).

Konflik sosial di dalam kelompok penggemar NCT yaitu NCTzen yang terjadi berdasarkan kegiatan antara beberapa unit kelompok penggemar, diprediksi konflik tersebut akan terus terjadi. NCTzen melabeli diri mereka dengan sebutan Chilzen, Dreamzen, dan WayZenNi karena menyukai salah satu dari *member* yang ada di unit-unit NCT atau yang disebut sebagai bias. Contohnya ada NCTzen yang melabeli dirinya sendiri dengan sebutan WayZenNi karena dirinya memiliki bias di WayV yaitu Xiaojun dan juga melabeli dirinya sebagai Kuanggong. Walaupun ia termasuk ke dalam WayZenNi, ia tetap menjadi bagian dari kelompok NCTzen. Begitupun sebaliknya *fans* unit NCT yang lain. Ada juga keunikan lain yaitu jika ada penggemar yang menyukai Mark dan Haechan ia akan menyukai keduanya berkegiatan di dua unit, karena Haechan dan Mark tergabung ke dalam dua unit NCT sekaligus yaitu di NCT 127 dan NCT Dream. Mereka yang menyukai Mark ataupun Haechan akan sulit melabeli mereka sebagai Chilzen atau Dreamzen sehingga sebagian penggemar hanya melabeli sebagai MarkFs dan Sunflowers saja yang termasuk bagian dari NCTzen juga. Tidak semuanya seperti itu karena beberapa penggemar juga mengakui jika hanya menyukai Mark dan Haechan berkegiatan di NCT Dream saja, salah satu alasannya karena tidak suka dengan member di NCT 127 dan sebaliknya. Banyak NCTzen yang memperdebatkan hal ini sehingga menimbulkan banyak kebencian terhadap individu yang tidak bisa mendukung Mark dan Haechan di NCT 127.

5. Media Sosial X

Media sosial Twitter kini berubah menjadi X setelah dibeli oleh Elon Musk pada 17 Oktober 2022 (Bestari, 2022). Semua kebijakan yang ada telah diatur oleh Elon Musk seperti pengaturan akun centang biru, X circle, hingga akhir lalu heboh dengan dikeluarkannya limit pada penggunaan akun yang kini sudah tidak ada lagi. Bahkan ada kabar bahwa nantinya aplikasi ini berbayar untuk seluruh pengguna aplikasi tersebut. Hal tersebut membuat publik geram karena dinilai X adalah tempat ternyaman untuk berkeluh kesah.

Banyak istilah yang ada di X seperti *nder*, TIA, *tweet*, *retweet*, QRT, *base*, *fanbase*, *thread*, JB, dan masih banyak lagi. hal yang paling berkaitan dengan K-Pop yaitu *fanbase*. *Fanbase* atau *base* yang dipergunakan untuk kegiatan penggemar sebuah grub untuk memberi, memperoleh, dan mengolah informasi yang dapat dikirimkan melalui *direct message* yang akan dikirim secara otomatis melalui *bot* dalam akun *fanbase*.

X, sebuah platform media sosial dengan berbagai format, berfokus pada penyebaran pesan singkat, padat, dan *real-time* dengan kalimat kurang dari 140 karakter kepada pembaca di seluruh dunia. Dengan demikian, X dapat digunakan sebagai alat untuk menyebarkan informasi kepada semua orang, baik yang dikenal maupun tidak, untuk memberi tahu penggunanya tentang keberadaan mereka. Twitter memiliki banyak keuntungan, seperti menjadi alat komunikasi yang responsif dan cepat, dan setiap pengguna dapat mengikuti orang lain (kecuali diblokir) karena mereka dapat menggunakan pembaca RSS, navigasi yang mudah, dan antarmuka yang sederhana (Bara, Nasution, Ginting, & Kartini, 2022).

Kekurangannya ada pada batas jumlah karakter yang hanya sampai 140 saja, tetapi kini dapat diatasi dengan berlangganan X. Selama setahun jangka waktu berlangganan akan dikenai biaya Rp 1.719.000 dan untuk bulanan dapat membayar Rp 165.000 untuk menjadi X premium. Setelah disetujui untuk memiliki centang biru, maka dapat menikmati kelebihan-kelebihan sebagai akun centang biru. Kelebihan itu salah satunya dapat menulis teks panjang tanpa memikirkan batasan jumlah karakter dalam satu kali *tweet*.

B. TEORI KONFLIK LEWIS A. COSER

1. Asumsi Dasar Teori Konflik Lewis A. Coser

a. Konflik Tidak Selalu Bersifat Negatif

Coser (1956) mengatakan bahwa studi struktural fungsional mengabaikan studi tentang konflik. Faktor-faktor struktural yang akan ditunjukkan contoh konkrit tidak langsung bergerak berdasarkan perilaku sosial, namun dijumpai oleh proses-proses interaksi sosial di mana konflik sosial adalah yang utama,

walaupun bukan satu-satunya. Lewis A. Coser mengungkapkan komitmennya untuk menyatukan konsep struktural fungsional dengan teori konflik. Dasar analisa Coser berdasarkan pemikiran Simmel, di mana struktural fungsional melihat bahwa konflik merupakan disfungsional bagi suatu kelompok namun Coser mencoba mengemukakan secara positif dan menambahkan dimensi konflik yang dinamis ke dalam teorinya.

b. Sistem Sosial Memiliki Sifat Fungsional

Coser (1956) dalam bukunya yang berjudul *The Functional of Social Conflict*, konflik merupakan adaptasi internal dan juga upaya dalam melawan sistem sosial yang ada. Fokus kajian Coser ada pada fungsi konflik, yang mana ia berpendapat konflik tidak hanya dianggap sebagai suatu hal yang negatif namun dapat dianggap sebagai suatu hal yang positif. Konflik sosial dapat berfungsi sebagai penguat dalam suatu kelompok sosial. Konflik sosial mendorong anggota internal ketika berkonflik dengan kelompok *out group* akan memperkuat kekompakan internal dan aktif membangun komunikasi. Meski konflik dapat membangun integrasi antar anggota kelompok, tetapi tidak semua konflik memiliki pengaruh yang sama dalam kelompok yang berbeda, tergantung dengan tipe *issue* yang dipermasalahkan dan tipe struktur sosial di mana konflik terjadi. Konflik sosial internal (*in group*) cenderung berdampak positif bagi struktur yang bersangkutan ketika mempertimbangkan tujuan, nilai, atau kepentingan yang tidak bertentangan dengan dasar hubungan yang ada. Kemungkinan untuk memperkokoh norma dan hubungan dalam suatu kelompok sosial sejalan dengan kebutuhan dan kepentingan anggota kelompok atau sub-kelompok.

Sejalan dengan konsep fungsi konflik Coser, peneliti melihat fenomena sosial yang dikaji dalam penelitian ini merupakan contoh penjelasan dari Teori Konflik milik Lewis A. Coser, di mana konflik *in group* terjadi di dalam kelompok sosial penggemar NCT, yaitu NCTzen. Kemudian di dalam kelompok NCTzen terbentuk kelompok lain berdasarkan tiap unit yang ada di NCT yaitu Chilzen (NCT 127), Dreamzen (NCT Dream), dan WayZenNi (WayV). Walaupun terbagi menjadi tiga kelompok penggemar yang terpisah dalam satu kelompok dan sering

bertengkar, tetapi mereka masih tergabung dalam NCTzen karena member yang mereka suka adalah bagian dari *boygroup* NCT. Sejauh ini, konflik *in group* terjadi akibat dari permusuhan antara tiga kelompok penggemar tersebut. Jenis-jenis konfliknya berbagai macam seperti adanya perdebatan membahas *hate speech* yang dialami oleh idol favoritnya, huru hara privasi idola, penggemar yang memanfaatkan idol untuk *merchandise* yang dikomersilkan, klaim wajah idol untuk pembuatan AU yang menyebabkan *image* buruk, dan masih banyak lagi.

c. *Safety Valve* (Katup Penyelamat)

Sumbangan Coser dalam membahas fungsi konflik yaitu mengangkat kata kunci “Katup Penyelamat” (*Safety-Valve*). Fungsinya, sebagai jalan keluar untuk meredakan permasalahan, tanpa hal tersebut hubungan-hubungan di antara pihak-pihak yang bertentangan akan semakin tajam (Poloma, 2010). Untuk meredakan *timeline* atau beranda pada media sosial X agar konflik tidak bermunculan lagi, penggemar biasanya menaikkan tagar untuk menghilangkan jejak *war* sehingga jika ada penggemar yang bersangkutan masih belum mengetahui permasalahan yang ada, dapat menanyakannya lewat *direct message* untuk menjaga kerahasiaan *war* agar kelompok lain tidak mengetahui konflik internal. Juga upaya ajakan untuk *re-report* suatu akun yang menyebarkan kebencian. Katup penyelamat juga bisa melalui diri pribadi yang mengurungkan diri ikut campur dengan *fanwar* yang sedang terjadi bahkan sedang dipuncak konflik, sehingga partisipan *fanwar* akan semakin berkurang.

d. Konflik Sosial Mempererat Solidaritas

Konflik sosial yang terjadi pada kelompok sosial tersebut dapat mempererat solidaritas. Walaupun dalam keadaan tegang dalam praktik *fanwar*, mereka tetap mendukung seluruh kegiatan NCT baik kegiatan formal maupun konten sehari-hari. Walaupun mereka berkonflik satu sama lain, mereka akan tetap disebut NCTzen karena selalu ‘meng-*hype*’ apapun yang NCT lakukan setelah melakukan *fanwar*. Seperti halnya ketika NCT mengeluarkan album, maka NCTzen akan tetap ikut mempromosikan dengan mengunggah cuitan di akun media sosial X masing-masing sebagai bentuk rasa suka dan euforia ketika NCT melakukan suatu kegiatan

yang ditunggu-tunggu oleh penggemar. Walaupun terpecah berdasarkan masing-masing unit, pihak-pihak tersebut tetap disebut NCTzen. Hal tersebut ditunjukkan pada akun-akun yang pernah melakukan *fanwar* masih ‘meng-hype’ NCT sama seperti NCTzen lainnya.

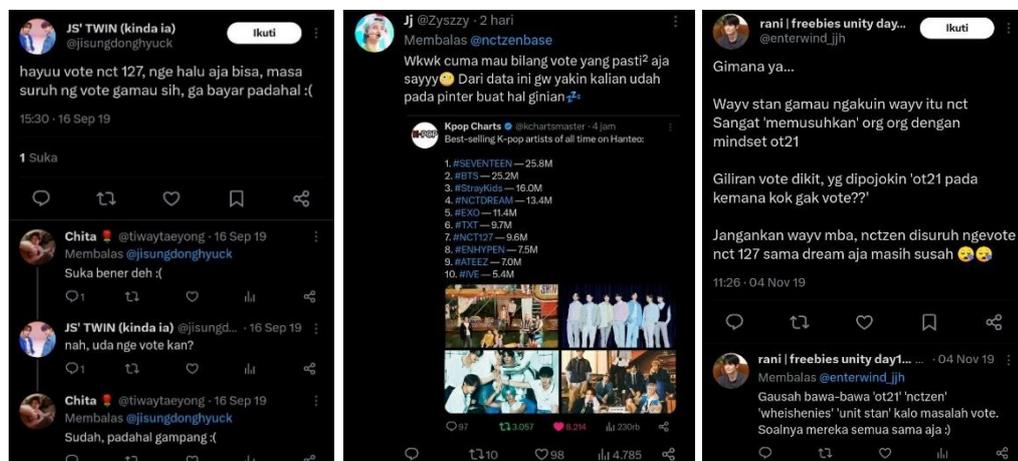
2. Konsep Kunci Teori Konflik Lewis A. Coser

Pada pembahasan situasi konflik, Coser juga membedakan konflik menjadi dua yaitu konflik realistik dan non realistik.

a. Konflik Realistik

Konflik realistik sebagai alat untuk mencapai tujuan tertentu. Apabila tercapai dapat menghilangkan dasar-dasar dari konflik dalam suatu kelompok. Contohnya di sini, ketika ada satu permasalahan kurangnya dukungan penggemar dalam kegiatan *vote* untuk memperoleh penghargaan, maka para penggemar pasti akan menggerakkan satu sama lain dengan cara yang lembut hingga kasar. Tulisan penggemar berupa komentar kasar inilah sebagai alat untuk melepaskan kekesalan sehingga ketika pengguna lain melihatnya diharapkan akan menggugah semangat untuk mau melakukan *vote* yang dirasa tidak sulit karena hanya membutuhkan akun e-mail. Sehingga, konflik utama yaitu kurangnya tingkat kesadaran pentingnya *vote* semakin berkurang.

Gambar 3. Permasalahan Voting yang Bertujuan untuk Kemenangan NCT



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.)

Gambar tersebut merupakan bentuk dari kekesalan Chilzen kepada oknum yang tidak mau *voting* kepada NCT 127 dan hanya bisa halu terhadap member NCT 127. Postingan dengan kata-kata sindiran tersebut akhirnya memunculkan akun yang sudah *voting* kepada grub tersebut. Gambar selanjutnya menunjukkan sama seperti Chilzen, Dreamzen merasa jika vote untuk NCT secara keseluruhan bukan hal yang adil bagi NCT Dream karena dalam perolehan penjualan di tingkat Hanteo, NCT Dream lebih unggul dari NCT lainnya sehingga Dreamzen hanya mau *voting* untuk grub yang sudah pasti memiliki kemenangan pada ajang Hanteo Music Award. Pada award tersebut, unit NCT yang masuk kategori nominasi yaitu NCT, NCT 127, NCT Dream, dan NCT DoJaeJung sehingga menimbulkan perbedaan pendapat antara semua *fans* unit tersebut. Sama halnya dengan WayZenNi pada gambar di atas ketika WayV mendapatkan suara paling sedikit dari semuanya akan menyalahkan fans unit lain karena WayV dianggap seperti anak tiri dalam grub NCT karena member dari WayV tidak ada yang berkewarganegaraan Korea Selatan. Kemudian akun di atas mempermasalahkan semua *fans* unit semuanya sama karena sama-sama sulit untuk melakukan *voting* terhadap grub favoritnya.

Gambar 4. Penggunaan kata-kata kasar pada cuitan NCTzen.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024.)

Kemudian gambar di atas sebagai bentuk penggunaan kata-kata kasar untuk menyakiti penggemar lain yang tidak mau *voting*. *Voting* tersebut bersifat memaksa karena perolehan kemenangan grub berdasarkan *voting* dari penggemarnya. *Voting* dari penggemar sangat penting bagi NCT karena kemenangan akan dihitung dari

perolehan voting. Maka dari itu penggemar seperti gambar di atas bersifat memaksa. Ketika *voting* tersebut membuahkan hasil, maka dasar-dasar konflik yang disebabkan kurangnya kesadaran *voting* untuk NCT perlahan hilang karena tujuan utama mereka untuk melihat NCT memperoleh penghargaan telah terbayar tuntas.

b. Konflik Non-Realistis

Konflik-konflik non-realistis tidak disebabkan oleh pertentangan pihak-pihak yang berkonflik, namun oleh kebutuhan untuk melepaskan ketegangan pada salah satu atau kedua pihak. Dalam hal ini konflik tidak berorientasi pada pencapaian hasil tertentu. Sejauh konflik yang tidak realistis merupakan tujuan akhir, sejauh konflik tersebut hanya mampu meredakan ketegangan, maka pihak antagonis yang dipilih dapat digantikan oleh target lain yang “sesuai”. *Fanwar* ini dominan dengan ungkapan kekesalan, kebencian, dan kata-kata menyakitkan yang diungkapkan oleh penggemar yang ada di X terhadap ketegangan yang ada. Ungkapan-ungkapan tersebut bisa dikatakan sebagai kebutuhan untuk melepaskan ketegangan yang ada pada dirinya setelah melihat fenomena *fanwar*. Contoh pada *fanwar* NCTzen yang ramai membahas salah satu anggota NCT 127 yaitu Doyoung menjadi model untuk kampanye Lucky Burger milik McDonald. Pembahasan yang melenceng menjadi *hate speech* kepada Doyoung sehingga membuat kesal para penggemar Doyoung. Doyoung yang dianggap bersalah karena mendukung kegiatan *brand* yang mendukung gerakan Zionist tersebut dimanfaatkan beberapa oknum untuk menghina Doyoung. Hal tersebut dianggap melenceng dari pembahasan utama.

Gambar 5. Konflik non-realistis NCTzen.



(Sumber: Dokumen Pribadi 2023.)

Gambar tersebut menunjukkan contoh dari konflik non-realistis di mana komentar tersebut tidak disebabkan oleh pertentangan pihak-pihak berkonflik yang berfokus memberitahu Doyoung bahwa tindakannya salah tetapi berdasarkan kekesalannya melihat *hate speech* yang ditujukan kepada Doyoung NCT 127. Menurutnya, pembahasan yang dilakukan sudah di luar jalur, seharusnya pembahasan hanya sebatas tentang pihak antagonis utama yaitu *brand* McDonald dan Doyoung sebagai model kampanye. Konflik yang disampaikan dalam cuitan tersebut tidak berorientasi pada hasil apa pun.

C. KONFLIK MENURUT PERSPEKTIF ISLAM

Definisi konflik menurut Islam, istilah konflik berasal dari kata “*’aduw*” yang memiliki arti konflik, pertentangan, dan permusuhan. Kata *’aduw* sendiri dapat ditemukan pada ayat-ayat yang terkandung dalam kitab Al-Quran sebanyak 19 kali yang meliputi salah satu pembahasan tentang konflik firau dengan bani Israil dan konflik mukmin dengan kelompok kafir (Herlina, 2020). Salah satu konflik terbesar yang ada pada manusia yakni menetralsir hati dan melawan hawa nafsu. Seperti yang dijelaskan dalam hadist Rasulullah Saw yang diriwayatkan oleh Ibnu An-Najjar dari Abu Dzarr *radhiyallahu anhu*.

أَفْضَلُ الْجِهَادِ أَنْ يُجَاهِدَ الرَّجُلُ نَفْسَهُ وَهَوَاهُ

“Jihad yang paling utama adalah seseorang berjihad [berjuang] melawan dirinya dan hawa nafsunya,” (hadits ini derajatnya shahih. Diriwayatkan oleh Ibnu An-Najjar dari Abu Dzarr *Radhiyallahu anhu*.)

Tiap-tiap manusia selalu terlibat dalam sebuah konflik karena manusia memiliki potensi tinggi untuk berkonflik. Sebagaimana yang disampaikan Allah Swt dalam QS Al-Kahfi 18: ayat 54 yang kemudian diperkuat oleh beberapa hadist salah satunya yang diriwayatkan oleh Ibn Abbas yakni ‘Tidak ada sesuatu yang memiliki kecenderungan amat keras untuk konflik selain manusia’.

وَلَقَدْ صَرَّفْنَا فِي هَذَا الْقُرْآنِ لِلنَّاسِ مِنْ كُلِّ مَثَلٍ ۗ وَكَانَ الْإِنْسَانُ أَكْثَرَ شَيْءٍ جَدَلًا

Artinya "Dan sesungguhnya Kami telah menjelaskan berulang-ulang kepada manusia dalam Al-Qur'an ini dengan bermacam-macam perumpamaan. Tetapi manusia adalah memang yang paling banyak membantah."

Menurut ajaran islam, sebagaimana yang dijelaskan oleh ayat Al-Quran diciptakannya manusia sebagai makhluk yang senantiasa pada kehidupannya dihadapkan dengan konflik dan berselisih karena perbedaan yang dimiliki antar individu dengan individu yang lain, baik itu perselisihan besar maupun kecil. Dari perbedaan yang ada mengandung nilai-nilai negatif dan juga positif. Dengan adanya suatu perbedaan maka manusia akan berlomba-lomba dalam kebaikan dan atas kelebihan yang dimiliki manusia akan meraih pahala sebanyak-banyaknya. Konflik di masyarakat sendiri telah disebutkan dalam QS Hud 11: ayat 118.

وَلَوْ شَاءَ رَبُّكَ لَجَعَلَ النَّاسَ أُمَّةً وَاحِدَةً وَلَا يَزَالُ لُؤُنٌ مُّخْتَلِفِينَ

Artinya "Dan jika Tuhanmu menghendaki, tentu Dia jadikan manusia umat yang satu, tetapi mereka senantiasa berselisih (pendapat),"

Tetapi dengan adanya perbedaan antar individu memicu perilaku untuk saling menyakiti dan pertumpahan darah tidak bisa dihindari. Seperti bom waktu, hadirnya perbedaan dalam bermasyarakat setiap saat akan meledak yang kemudian menjadi ancaman bagi keharmonisan dan kedamaian. Tidak mengherankan jika suatu kelompok yang awalnya hidup aman dan tenteram dalam kehidupan sehari-hari kemudian satu hari dihadapkan dengan masalah yang tidak bisa dihindari karena ujian dalam kehidupan pada manusia merupakan kehendak dari Allah Swt. Kehidupan yang semula penuh dengan kedamaian berubah menjadi kacau dan menakutkan karena konflik sosial di kelompoknya. Konflik sosial terjadi karena manusia berpotensi untuk melakukan suatu hal yang buruk (Paraga, 2015).

Syariat Islam sendiri menjelaskan bahwa konflik sosial di masyarakat bukan hal yang baru. Menurut Islam, Allah menciptakan manusia di muka bumi sebagai khalifah yang cenderung untuk melakukan konflik. Hal tersebut digambarkan di Al-Quran dalam dialog antara Allah Swt dan para malaikat ketika akan menciptakan manusia yaitu dalam QS Al-Baqarah 2: ayat 30 yang dari dialog tersebut maka akan

ada dampak yang dihasilkan yakni berbuat kerusakan dan menumpahkan darah di muka bumi.

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً ۗ قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ ۗ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ

Artinya "Dan (ingatlah) ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat, "Aku hendak menjadikan khalifah di bumi." Mereka berkata, "Apakah Engkau hendak menjadikan orang yang merusak dan menumpahkan darah di sana, sedangkan kami bertasbih memuji-Mu dan menyucikan nama-Mu?" Dia berfirman, "Sungguh, Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui.""

Islam sendiri anti terhadap permusuhan pada setiap kehidupan pada manusia karena hal tersebut merupakan jebakan dari setan apalagi permusuhan hingga membunuh orang lain yang tidak bersalah. Sebagaimana yang difirmankan Allah Swt dalam QS Al-Maidah 5: ayat 91.

إِنَّمَا يُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ يُوقِعَ بَيْنَكُمُ الْعَدَاوَةَ وَالْبَغْضَاءَ فِي الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ وَيَصُدَّكُمْ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَعَنِ الصَّلَاةِ ۗ فَهَلْ أَنْتُمْ مُنْتَهُونَ

Artinya "Dengan minuman keras dan judi itu, setan hanyalah bermaksud menimbulkan permusuhan dan kebencian di antara kamu, dan menghalang-halangi kamu dari mengingat Allah dan melaksanakan sholat, maka tidakkah kamu mau berhenti?"

BAB III

GAMBARAN UMUM *FANDOM* NCTZEN

A. GAMBARAN *FANDOM* NCTZEN

1. Sejarah Terbentuknya *Boygroup* NCT

NCT singkatan dari *Neo Culture Technology* yang merupakan *boygroup* asal negara Korea Selatan yang debut sejak tahun 2016 di bawah naungan agensi ternama, SM Entertainment. Diketahui oleh Taeyong, anggota NCT yang terbagi ke dalam enam unit secara keseluruhan berjumlah 26 *member* yaitu Taeil, Johnny, Yuta, Kun, Doyoung, Ten, Jaehyun, Winwin, Jungwoo, Mark, Xiaojun, Hendery, Renjun, Jeno, Haechan, Jaemin, Yangyang, Chenle, Jisung, Sion, Riku, Yushi, Daeyoung, Ryo, dan Sakuya.

a. NCT U

Unit debut pertama NCT yaitu NCT U (*United*) dengan anggota debut Taeyong, Doyoung, Ten, Jaehyun, dan Mark dengan *single* lagu “7th Sense” dan “Without You”. Debut pada tanggal 9 April 2016, NCT U merupakan unit keseluruhan yang anggotanya bisa berubah kapan pun karena sistem awal dari NCT adalah *limitless expansion* atau tidak terbatas anggotanya, sehingga kapan pun bisa diisi oleh *member* dari unit mana pun.

Gambar 6. Logo NCT.



(Sumber: Pinterest, 2023)

Logo NCT secara keseluruhan berbentuk demikian dengan warna khas yaitu *neo pearl campagne* yang merupakan warna resmi dari NCT yang diresmikan oleh perusahaan. Logo tersebut dimunculkan bebarengan dengan logo-logo grup lain dari SM Entertainment. Berkonsep *neo* atau baru, membuat NCT kurang diminati

saat itu hingga disebut konsep yang gagal dari SM Entertainment. Namun, lambat laun seiring rajinnya *comeback* dengan lagu terbaru, NCT mulai dikenal dan dicintai banyak orang dan mulai menggaet banyak penggemar di seluruh penjuru dunia. Menurut Soompi yang dikutip dari *The Korean Business Research Institute*, NCT menempati urutan nomor 6 *brand reputation* dari keseluruhan *boygrub* dan *girlgrub* (Cha, 2023). Pada bulan Juni yang bersumber dari Soompi, NCT sempat menempati posisi ke-3 setelah BTS dan SEVENTEEN dengan indeks *brand reputation* 2.376.715 (Sabrina, 2023). Popularitas NCT terus bertambah setelah lagu-lagu yang dikeluarkan mulai terdengar enak di telinga banyak penikmat musik. Bahkan kini kepopuleritasannya hingga ke penjuru negeri. Hal tersebut terbukti adanya *world tour* atau konser yang diadakan di berbagai negara. Tiket penjualan selalu terjual habis, dari semua unit hanya WayV dan NCT New Team yang belum melakukan konser *world tour*.

Gambar 7. Foto Anggota NCT setelah Konser NCT Nation: To the World in Tokyo Day 1.



(Sumber: Akun official X @NCTsmtown, 2023.)

Kegiatan tahunan NCT merupakan momentum penting yang sangat ditunggu oleh penggemar *all unit* karena semua anggota NCT berkumpul menjadi satu dan melakukan kegiatan bersama-sama. Kegiatan ini salah satunya merilis album terbaru yang lagu utamanya dinyanyikan oleh seluruh anggota dengan *track list* yang dinyanyikan oleh beberapa anggota. NCT berhasil mengadakan kegiatan tahunan dengan merilis lagu “Black on Black” (NCT 2018) yang dinyanyikan dan ditarikan oleh 18 anggota. Kemudian lagu “Resonance” (NCT 2020) era 2020 NCT berjumlah 23 anggota dengan tambahan member Sungchan dan Shotaro. Pada 2021

kembali berkumpul dan merilis lagu “Beautiful” (NCT 2021) yang dinyanyikan oleh 22 anggota, Lucas absen dari kegiatan tersebut karena sedang hiatus. Album yang dirilis baru-baru ini yaitu “Golden Age” (NCT 2023) yang masih dengan 22 anggota.

b. NCT 127

Unit selanjutnya disusul oleh NCT 127 yang berbasis di Seoul beranggotakan Taeil, Johnny, Taeyong, Yuta, Doyoung, Jaehyun, Winwin, Mark, dan Haechan debut dengan lagu “Fire Truck”. NCT 127 debut pada tanggal 7 Juli 2016. Guna merealisasikan sistem *limitless expansion* kala itu, NCT 127 memiliki anggota baru yaitu Jungwoo. Bersamaan dengan debutnya Jungwoo, maka NCT 127 *comeback full album* “Regulate” dengan judul lagu utama, “Regular.” Sebelumnya, Jungwoo juga diperkenalkan di unit NCT U bersama Lucas kemudian *comeback* dengan anggota yang telah debut sebelumnya yaitu Jaehyun, Taeyong, Winwin, dan Doyoung dengan lagu yang *booming* kala itu yaitu lagu “Boss” (Pitaloka, 2023). Kala itu, Jungwoo dianggap sebagai anggota tambahan yang dianggap sebagai pengganti Winwin, banyak penggemar yang tidak terima dengan tuduhan tersebut karena sebelum Winwin berkegiatan dengan WayV, Winwin masih aktif bersama dengan Jungwoo yang baru debut di NCT 127. Tak lama kemudian, SM Entertainment mengenalkan ke publik member SM Rookies yaitu Xiaojun, Hendery, dan Yangyang yang akan debut bersama Kun, Ten, Lucas, dan Winwin di unit NCT China (WayV). Bebarengan dengan *comeback* NCT 127 berjudul “Super Human”, maka Winwin harus berhenti berkegiatan dengan NCT 127 dan fokus berada di WayV.

Gambar 8. Logo NCT 127.



(Sumber: Weverse, 2024.)

Logo NCT 127 juga dikeluarkan bersamaan dengan rilisnya logo-logo unit NCT yang lainnya. Tidak hanya unit NCT, seluruh logo dirilis pada hari yang sama. Tetapi, sejak diumumkan NCT Wish pada 18 Januari 2023, logo-logo mengalami perubahan sedikit yaitu penambahan tahun debut pada masing-masing unit. Saat ini, agensi telah mengumumkan anggota tetap NCT 127 berjumlah 9 orang yaitu Taeil, Johnny, Taeyong, Yuta, Doyoung, Jaehyun, Jungwoo, Mark, dan Haechan.

Gambar 9. Anggota NCT 127.



(Sumber: X @NCTsmtown_127, 2023.)

c. NCT Dream

Debut pada tanggal 25 Agustus 2016, unit NCT Dream yang beranggotakan Mark, Renjun, Jeno, Haechan, Jaemin, Chenle, dan Jisung dengan lagu debutnya, “Chewing Gum” awalnya menggunakan konsep sistem *graduate* atau lulus disebabkan karena usia anggota masih belia, kisaran umur mereka pada saat debut lahir pada tahun 1999-2002. Setelah kelulusan, anggota akan tetap menjadi bagian dari NCT namun masuk ke unit yang telah ditentukan, bisa masuk ke *line up* NCT 127 atau *comeback* dengan nama NCT U. Seiring berjalannya waktu, hubungan emosional antara ke-7 anggota dengan penggemar mulai terbentuk erat sejak Mark dinyatakan lulus dari NCT Dream. Penggemar yang sedih kala itu tidak menginginkan lagi adanya *member* yang lulus sehingga meminta kepada agensi agar NCT Dream dibentuk sebagai grub *fix unit* atau anggota tetap dengan

mengizinkan Mark untuk beraktivitas kembali di grub tersebut. Setelah berbagai upaya yang dilakukan penggemar di seluruh media sosial termasuk di X dengan menaikkan tagar atau *hashtag* #NCTDREAMFIXUNIT hingga mengirim *e-mail* ke SM Entertainment. Akhirnya, NCT Dream adalah NCT Dream yang sekarang dengan 7 anggota yang telah disebutkan di atas.

Gambar 10. Logo NCT Dream.



(Sumber: Weverse, 2024.)

Tahun 2020 menjadi kejutan bagi seluruh penggemar dari grub yang dinaungi oleh SM Entertainment salah satunya logo yang dirilis. Tidak ada arti dan tujuan yang pasti karena agensi tidak pernah menjelaskan mengapa logo yang dikeluarkan bisa berbentuk demikian. Hingga saat ini, logo-logo yang telah dikeluarkan menjadi logo resmi yang digunakan di berbagai platform penggemar yaitu di aplikasi Weverse. Sempat *comeback* dengan enam anggota, NCT Dream kini memiliki tujuh anggota kembali yaitu Mark, Renjun, Jeno, Haechan, Jaemin, Chenle, dan Jisung yang diketuai oleh Mark.

Gambar 11. Anggota NCT Dream.



(Sumber: X @NCTsmtown_Dream, 2023.)

d. WayV

Selanjutnya, unit yang berbasis di China yaitu WayV. WayV singkatan dari *We Are Your Vision* yang debut pada 17 Januari 2019 beranggotakan Kun, Ten, Winwin, Lucas, Xiaojun, Hendery dan Yangyang dengan lagu debut mereka yang berjudul “Take Off”. Dinaungi oleh anak agensi SM Entertainment yaitu Label V, sebagai label yang bertanggung jawab atas kegiatan-kegiatan anggota WayV. Grup ini yang sering dianggap mendapatkan *mistreatment* atau kurangnya perhatian dari agensi. Banyak penggemar yang beramsumsi jika unit ini adalah anak tiri dan tidak diperlakukan dengan adil sebagaimana agensi mengurus unit NCT yang lain. Asumsi WayV tidak diperlakukan dengan baik karena anggota WayV tidak ada yang berasal dari Korea Selatan, mereka berasal dari China, Taiwan, dan Thailand.

Gambar 12. Logo WayV.



(Sumber: Weverse, 2024.)

Logo tersebut juga dikeluarkan pada 2020 tepatnya pada 16 Juli, kemudian mengalami perubahan pada 18 Januari 2024 yaitu penambahan tahun debut WayV pada 2019. Simbol V yang ada di logo tersebut akan diketahui WayZenNi karena sangat menggambarkan identitas milik WayV. Asumsi lain mengapa WayV berbeda dengan unit grup lainnya karena jika mereka menggunakan nama NCT Vision, di China akan terkena *boycott*. Fakta tentang panasnya politik China-Korea yang sering memanas sehingga hal tersebut demi keamanan agensi, negara, dan terutama untuk para anggota WayV.

Gambar 13. Anggota WayV.



(Sumber: X @WayV_Official, 2023.)

Seiring waktu berjalan, WayV terus melakukan kegiatan seperti *comeback* lagu, mengunggah konten di Youtube, melakukan *cover* lagu, *update* sosial media dan masih banyak lagi yang sama kegiatannya dengan member NCT lain. Akhir tahun 2021, Lucas mengalami masalah karena terkena rumor yang tidak bertanggung jawab di Twitter. Dikarenakan kasus tersebut, menyebabkan perilisan *single*-nya bersama Hendery harus dibatalkan 3 jam sebelum perilisan *music video*. Sampai saat ini, MV dari lagu tersebut tidak pernah ditayangkan. Hingga pada akhirnya, Mei tahun 2023 Lucas memutuskan keluar dari WayV setelah hiatus hampir 2 tahun dan beraktivitas sebagai *soloist*.

e. NCT DoJaeJung

Unit selanjutnya dengan tiga anggota yaitu NCT DoJaeJung beranggotakan Doyoung, Jaehyun, dan Jungwoo. Lagu debut yang dikeluarkan berjudul “Perfume”. Menurut asumsi penggemar, NCT DoJaeJung masih menjadi bagian dari NCT 127 dan bisa disebut sebagai unitnya NCT 127 sehingga tidak ada logo khusus untuk unit ini.

Gambar 14. Anggota NCT DoJaeJung.



(Sumber: Pinterest, 2024.)

Unit DoJaeJung terbentuk pada 17 April 2023 dengan album “Perfume”. Unit ke lima ini tidak memiliki logo grup maupun grup penggemar karena masih tergolong unit baru dan tentu saja masih bagian dari NCT 127 yang sebagian besar penggemarnya merupakan Chilzen. Para anggota dari unit ini berasal dari anggota NCT 127. DoJaeJung sendiri singkatan dari Doyoung, Jaehyun, dan Jungwoo. Urutan nama adalah urutan dari umur ketiganya. Doyoung menjadi anggota tertua sedangkan Jungwoo paling muda pada unit tersebut.

f. NCT Wish

Unit paling terbaru dan terakhir di NCT bernama NCT Wish yang debut pada Februari 2024 setelah melakukan aktivitas tur pre-debut dengan 24 pertunjukan sejak September 2023. Grup ini terbentuk dari acara *survival* NCT Universe: LASTART yang diselenggarakan oleh SM Entertainment pada April 2023. Acara ini diadakan untuk menutup sistem NCT *limitless expansion* atau tidak terbatas jumlah anggotanya. Kebijakan baru tersebut disampaikan oleh CEO SM Entertainment bahwa NCT tidak lagi menggunakan konsep *limitless expansion* (Rahmadila, 2023). Nama Wish sendiri memiliki arti yaitu sebuah tim yang tercipta atas keinginan sungguh-sungguh dari para anggota dan penggemar, berisi aspirasi untuk mendukung keinginan dan impian semua orang melalui musik dan cinta dari NCT WISH, dengan slogan 'WISH for Our Wish' (Wan-sik, 2024).

Gambar 15. Logo NCT Wish.



(Sumber: Weverse, 2024.)

Logo NCT Wish pada aplikasi penggemar Weverse diubah pada 18 Januari bersamaan dengan pengumuman nama dari NCT New Team yang kini bernama NCT Wish. Logo tersebut dominan berwarna biru yang terdiri dari kepanjangan NCT yaitu *Neo Culture Technology*. Kemudian di tengah terdapat identitas dari NCT Wish yaitu tulisan huruf W dan S. Kemudian tulisan paling atas menunjukkan nama unit dan yang terakhir ada angka yang menunjukkan tahun debut 2024.

Gambar 16. Anggota NCT Wish.



(Sumber: X @nctwishofficial, 2024.)

Anggota dari NCT Wish terdiri dari Sion, Riku, Yushi, Jaehye, Ryo, dan Sakuya terbentuk dari *trainee* atau anggota pelatihan SM Entertainment yang menjadi kompetitor di acara tersebut untuk dapat debut menjadi anggota NCT yang baru. Para *trainee* saling menunjukkan bakat terbaiknya untuk mendapatkan nilai tertinggi dari juri. Mereka juga mendapat arahan langsung dari anggota NCT yaitu Taeyong dan Ten. Taeyong menjadi *mentor* untuk kelompok yang menyanyikan dan menarikan lagu Boss kemudian Ten menjadi *mentor* untuk lagu 90's Love. Juri yang

ditunjuk untuk menilai kemampuan menari dan bernyanyi *trainee* adalah senior sesama agensi mereka yaitu Eunhyuk Super Junior, BoA, dan Key Shinee. Hingga akhirnya terbentuklah anggota NCT New Team ini dengan formasi Sion, Yushi, Riku, Ryo, Jungmin, Jaehee, dan Sakuya. Tetapi, akhirnya Jungmin tidak dapat debut dengan NCT New Team dan kembali menjadi *trainee* karena masalah kesehatan.

2. Sejarah Terbentuknya Fandom NCTzen

NCTzen adalah fandom resmi dari boygroup NCT yang terdiri dari beberapa fandom khusus yaitu Chilzen, Dreamzen, dan WayZenNi. Setelah terbentuk *boygroup* bernama NCT di tahun 2016, selanjutnya lahir nama *fandom*⁶ NCTzen yang diumumkan oleh para anggota NCT. NCTzen adalah singkatan dari NCT Citizen yang merupakan nama kelompok penggemar NCT yang resmi diumumkan sejak 12 Juni 2017 melalui siaran *live streaming* anggota NCT di platform Vlive. Singkatnya, NCTzen dimaksudkan sebagai penduduk yang mendiami kota NCT. NCTzen selalu aktif mendukung seluruh kegiatan yang dilakukan oleh NCT, mulai dari kegiatan *vote* untuk meraih penghargaan di sebuah acara, *streaming music video* di Youtube, rajin mendengarkan lagu di platform musik, datang ke *fanmeeting*, membeli album yang banyak agar menang *fanmeeting video call online*, hingga datang ke konser yang diselenggarakan oleh NCT.

NCTzen tidak murni disebut NCTzen saja, namun ada panggilan khusus dari para anggota NCT untuk menyebut NCTzen agar membangun hubungan lebih dekat dan tidak selalu mengalami situasi formal. Para anggota NCT biasa memanggil NCTzen dengan sebutan Sijeuni untuk panggilan sayang mereka. Menurut situs Quora, NCTzen dalam bahasa Korea yang ditulis menggunakan huruf hangeul tertulis 엔시티즌 (*en-si-ti-jeun*), untuk mempermudah maka disebut Sijeun (시즌). Sedangkan untuk kata “ni” sendiri adalah penyebutan untuk

⁶ *Fandom* adalah akronim dari *Fans Kingdom* adalah kelompok penggemar atau komunitas yang memiliki antusiasme yang tinggi terhadap hobi, orang, dan kegiatan yang sama. Di dunia K-Pop *fandom* dikaitkan dengan orang-orang yang sama-sama menyukai grup yang sama baik itu *boygroup* maupun *girlgroup*.

memanggil seseorang seperti nama “Haechan” agar orang tersebut mau mendengar saat dipanggil namanya maka ditambahkan dengan kata imbuhan “ni” jadilah “Haechani” maka dari itu NCTzen dipanggil Sijeuni (Hanifatunnisa, 2021).

Fandom ini memiliki logo-logo yang dirilis bebarengan dengan logo-logo yang dikeluarkan oleh agensi pada tahun 2020 berdekatan dengan moment tahunan NCT pada tahun 2020 yaitu rilisnya album “Resonance”. Selanjutnya NCTzen yang merupakan nama penggemar dari NCT memiliki logo-logo sebagai identitas yang dapat digunakan untuk berinteraksi dengan penggemar grup lain di luar NCT. Bersamaan dengan peresmian 11 logo klub penggemar artis SM Entertainment lainnya, SM Entertainment mengeluarkan empat logo penggemar NCT yaitu logo fans keseluruhan NCT yaitu NCTzen. Kemudian logo klub penggemar WayV yaitu WayZenNi, NCTzen 127, dan NCTzen Dream (Vita, 2020).

Logo-logo unit sangat mirip dengan logo pusat, namun jika dilihat lagi ada hal yang membedakan yaitu pada tulisan paling atas yang ada di dalam logo yang menunjukkan nama dari grup dan penggemar. Perbedaan lainnya ada pada warna logo, warna yang menunjukkan tulisan 127, Dream, dan V pada logo grup berwarna putih sedangkan pada penggemar berwarna *pearl neo champagne*. Logo ini dikeluarkan pada 16 Juli 2020 sekaligus mendaftarkan hak paten untuk logo tersebut. Tidak ada alasan resmi agensi tiba-tiba mengeluarkan logo untuk para penggemar, tetapi para penggemar merasa hal tersebut sebagai bentuk rasa terima kasih agensi kepada penggemar yang telah mendukung artis di bawah naungannya.

Gambar 17. Logo NCTzen.



(Sumber: Pinterest, 2023.)

Logo *fandom* NCT secara keseluruhan tersebut terlihat simbol-simbol yang menunjukkan identitas NCT, di bawah huruf NCT yang tergabung menjadi satu

terdapat akronim dari NCT yaitu *Neo Culture Technology*. Sementara nama *fandom* atau *fanclub* resmi terletak di atas huruf NCT. Berikut NCTzen yang terbagi dalam beberapa *fandom* khusus di dalamnya,

a. Chilzen

Chilzen adalah sebutan untuk fans yang hanya mendukung NCT 127 saja. Chilzen sendiri dari kata “Chil” yang diambil dari bahasa korea angka tujuh yaitu *chil*. Kata “Zen” sendiri diambil dari “NCTzen”. Melalui konser NCT 127 yang bertajuk *The Unity*, member NCT 127 menyampaikan jika mereka mengetahui nama penggemar untuk mereka adalah Chilzen. Member pertama yang mengatakan yaitu Doyoung. Sehingga kini mereka menyebutkan dengan Chilzennie. Adanya pernyataan tersebut tentu tidak membuat fans diam saja. Banyak yang merasa senang jika mereka akhirnya telah diakui oleh member NCT 127. Tidak heran jika penggemar yang menyukai NCT Dream ingin juga diakui nama Dreamzen, dari hal ini muncul kalimat saling sindir dari Chilzen kepada Dreamzen di media sosial X.

Gambar 18. Logo NCTzen 127.



(Sumber: Pinterest, 2023.)

Walaupun nama Chilzen tidak resmi dan hanya digunakan oleh penggemar, tetapi agensi mengeluarkan logo untuk NCT 127 dengan nama NCTzen 127. Variasi yang ditampilkan tidak menghilangkan akronim dari NCT namun yang menjadi beda di tengah logo terdapat simbol huruf 127 yang di atasnya terdapat nama NCTzen 127 serta sedikit terdapat perubahan warna pada *background* logo.

b. Dreamzen

Dreamzen diambil dari kata Dream dari NCT Dream dan Zen dari NCTzen yang diartikan sebagai NCTzen yang hanya mendukung unit NCT Dream saja. Istilah ini sering muncul ketika tahun 2020 saat pengguna media sosial X semakin

banyak terutama dari fandom NCTzen yang melakukan kegiatan yang sama yaitu hype terhadap NCT terkhusus grub maupun member favoritnya.

Gambar 19. Logo NCTzen Dream.



(Sumber: Pinterest, 2023.)

Sama seperti Chilzen, nama Dreamzen sendiri dibuat oleh penggemar. Tidak ada yang tahu pasti sejak kapan istilah Dreamzen pertama kali muncul, namun Chilzen dan Dreamzen banyak digunakan hingga saat ini di media sosial X. Logo di atas merupakan logo yang dirilis oleh agensi. Walaupun nama Dreamzen tidak resmi, namun agensi juga membuatkan empat logo. Untuk NCT Dream sendiri sesuai dengan tulisan yang ada di logo penggemar NCT Dream dinamai NCTzen Dream. Sama seperti dua logo sebelumnya milik NCT dan NCT 127, simbol-simbol yang ditampilkan merupakan bagian dari identitas NCT Dream. Gambar di tengah diberi simbol DRM untuk menunjuk pada unit NCT Dream kemudian ada akronim NCT di bawahnya dan terakhir identitas NCTzen diletakkan paling atas.

c. WayZenNi

Fandom WayZenNi merupakan satu-satunya kelompok penggemar yang resmi diumumkan sebagai fandom di bawah NCTzen yang diputuskan oleh agensi pada 20 September 2019 bahwa nama kelompok penggemar dari WayV adalah WayZenNi. Melalui media sosial Weibo, surat resmi dikeluarkan sebagai tanda resminya nama kelompok penggemar tersebut untuk digunakan oleh orang-orang yang mendukung WayV. Nama tersebut singkatan dari WayV *Cherish You*, dalam bahasa Mandarin yang artinya WayV akan selalu melindungi, menyayangi, dan mencintai penggemarnya.

Gambar 20. Logo WayZenNi.



(Sumber: Pinterest, 2023.)

Sama seperti unit sebelumnya, logo WayZenNi juga dikeluarkan bersamaan dengan tiga logo NCTzen lainnya. Namun kali ini hanya WayV yang benar-benar berbeda untuk nama penggemar dan juga tulisan yang menunjukkan identitas. Di bawah huruf V, tidak lagi ada kata *Neo Culture Technology* tetapi akronim dari WayV yaitu *We Are Your Vision* kemudian di atas huruf V merupakan nama dari *fandom* WayV yaitu WayZenNi.

B. FANWAR SESAMA NCTZEN INDONESIA DI MEDIA SOSIAL X

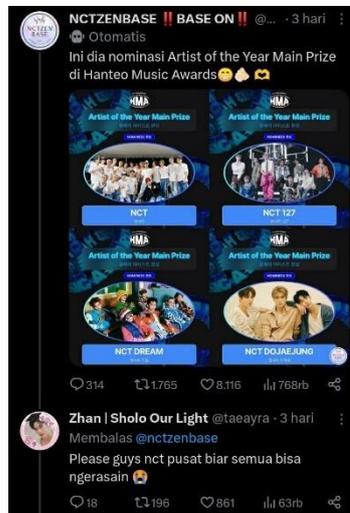
1. Fanwar Fans All Unit dengan Dreamzen

Fans all unit (NCTzen) merupakan penggemar yang menyukai semua unit yang ada di NCT tanpa terkecuali. Mereka mengikuti seluruh kegiatan yang juga dilakukan oleh penggemar masing-masing unit. Namun, terkadang penggemar semua unit NCT ini tidak disukai oleh Dreamzen karena dianggap tidak melihat data jika NCT Dream lebih unggul dari unit-unit lainnya. Seperti fanwar yang terjadi pada bulan Januari 2024. *War* tersebut terjadi pada salah satu postingan di akun *fanbase @nctzenbase*.

Postingan tersebut memperlihatkan empat unit NCT yaitu NCT, NCT 127, NCT Dream, dan NCT DoJaeJung berada dalam nominasi yang sama. Hal ini menjadi sorotan NCTzen karena lawan dalam nominasi penghargaan Hanteo Music Award adalah saudara sendiri. Tentu saja bagi beberapa pihak menginginkan kemenangan ada pada salah satu unit favoritnya. Namun, ada komentar yang memicu *fanwar* di dalam postingan tersebut yaitu tentang keinginan beberapa penggemar yang ingin NCT saja yang menang agar tidak muncul perasaan iri antar penggemar unit. Komentar tersebut tentu saja tidak sepi dari komentar dari Dreamzen yang merasa jika NCT yang menang bukan suatu yang adil bagi NCT

Dream karena dari penjualan di Hanteo NCT Dream paling unggul dari semua unit yang masuk ke dalam nominasi.

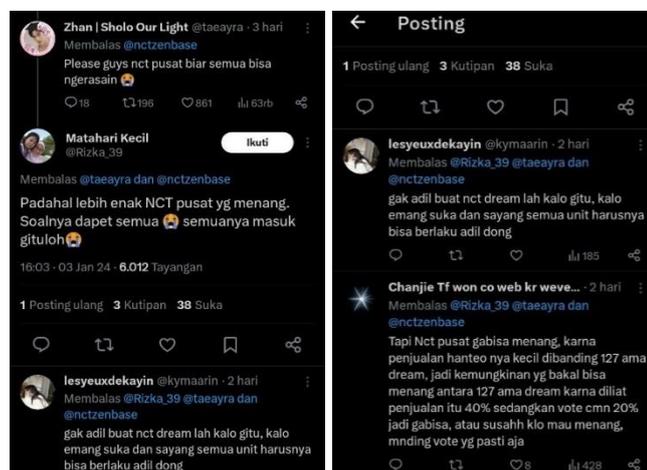
Gambar 21. Fans All Unit dengan Dreamzen.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2023)

Berawal dari postingan pada akun @nctzenbase di media sosial X tentang nominasi Artist of the Year Main Prize di Hanteo Music Awards kemudian muncul komentar dari akun @taeyra yang menginginkan NCT pusat memiliki kemenangan tersebut dengan harapan semua member merasakan kemenangan. Tetapi, komentar tersebut tidak disetujui oleh Dreamzen.

Gambar 22. Fanwar Fans All Unit dengan Dreamzen.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2023)

Komentar dari @taeyra mendapat kalimat persetujuan dari @Rizka_39 ditambah dengan pernyataan karena semua member dan penggemar masuk ke dalam NCT pusat namun, dari komentar tersebut ternyata menjadi memicu perdebatan antara *fans all unit* dengan Dreamzen. Melalui gambar selanjutnya yang menunjukkan komentar yang kontra terhadap pernyataan @taeyra dan @Rizka_39, Dreamzen merasa tidak terima jika semua memperoleh kemenangan yang sama karena NCT Dream yang paling banyak menyumbang kemenangan sehingga yang pantas memperoleh kemenangan hanya NCT Dream saja jika ingin berlaku adil. Dan jika NCT yang diharapkan untuk menang, itu tidak akan terjadi karena penilaian berdasarkan voting dan penjualan album. Sedangkan NCT Dream paling unggul dalam penjualan album.

Gambar 23. Fanwar Fans All Unit dengan Dreamzen.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2023.)

Gambar di atas merupakan akun yang memberikan data bahwa NCT Dream memang memiliki keunggulan penjualan album di situs Hanteo sebanyak 13,4 juta eksemplar. Maka dari itu penggemar akan *voting* untuk NCT Dream yang sudah pasti memiliki kemenangan dari pada *voting* NCT yang dari segi penjualan album tidak tergabung dalam 10 besar Hanteo. Komentar lainnya yang mendapatkan komentar kontra yaitu akun @echantukubakso berharap kemenangan ada pada NCT karena pengambilan piala semua member NCT bisa maju semua dan bisa memberikan speech dari berbagai bahasa juga diharapkan tidak ada *war* terjadi.

Akun @heyyouarenana ia menginginkan satu unit saja yang menang. Akun @heyyouarenana juga menyampaikan pendapat kontranya kepada @srd92813822 bahwa NCT tidak bisa menang walaupun sudah di voting secara besar-besaran sehingga ia berharap bahwa melakukan voting untuk grub yang memiliki kemungkinan besar untuk menang.

Gambar 24. Fanwar Fans All Unit dengan Dreamzen.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2023.)

Postingan tersebut dikatakan sebagai pemicu adanya fanwar antara NCTzen dan Dreamzen diperkuat oleh pernyataan dari akun @orcabbage yang berkomentar mengundang perang saudara. Kemudian pada gambar selanjutnya akun @ThyanaTy mengakui jika komentarnya sarkas karena solo stan mengerikan.

2. Fanwar NCTzen Indonesia dengan NCTzen Malaysia

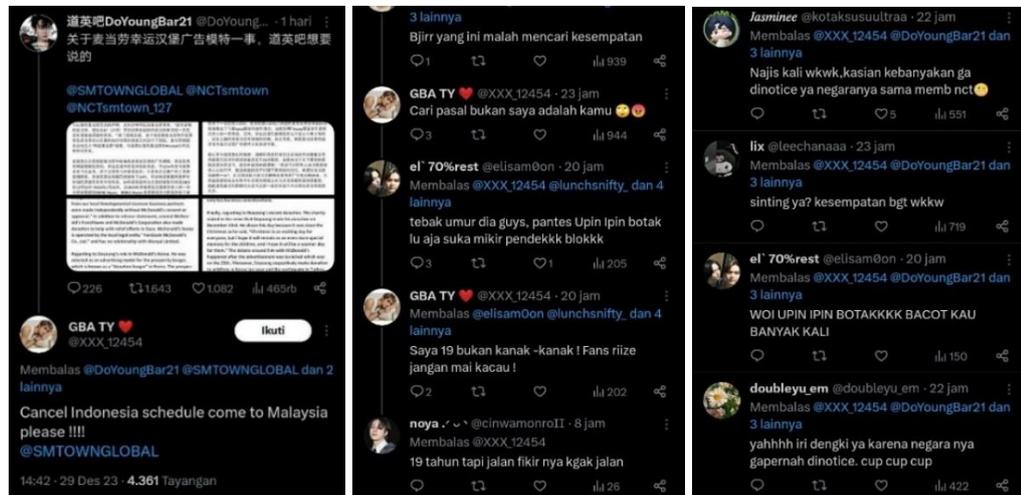
Fanwar NCTzen Indonesia dengan NCTzen Malaysia terjadi di akun Doyoung Bar yaitu akun penggemar Doyoung dari China yang menganggap penggemar NCT Indonesia dapat membahayakan Doyoung karena NCTzen Indonesia mengirimkan tulisan ke depan gedung SM Entertainment sebagai bentuk protes karena keterlibatan Doyoung dalam kampanye McDonald Lucky Burger. Berawal dari NCTzen khususnya Doppu yang dikejutkan oleh postingan yang dibagikan oleh akun X @NCTsmtown pada Selasa, 26 Desember 2023 yang memperlihatkan bahwa Doyoung terpilih sebagai model untuk menu Lucky Burger

McDonald karena energi positifnya. Menu tersebut merupakan bentuk kampanye dari McDonald untuk penggalangan dana yang setiap pembelian Lucky Burger, pembeli akan berdonasi sebesar 100 won atau setara dengan Rp 1.192 per potongnya. Tetapi, kabar tersebut bukan hal yang menyenangkan bagi penggemar NCT di Indonesia karena diketahui jika McDonald diduga menjadi *brand* yang mendukung gerakan Zionis dalam genosida terhadap penduduk Palestina. Isu sosial yang sangat disoroti di dunia ini membuat pendukung NCT yang pro Palestina menyayangkan Doyoung yang terpilih dan menyetujui menjadi model dari kegiatan tersebut.

Tidak hanya pendukung Indonesia, sebagian besar penggemar yang tidak setuju dengan adanya keputusan tersebut memilih untuk tetap mem-*boycot* McDonald dan ramai-ramai *unfollow* Instagram pribadi Doyoung sehingga pengikut Doyoung di Instagram turun hingga satu jutaan dan kini tersisa 11,7 juta pengikut. Tujuan penggemar melakukan *unfollow* sebenarnya untuk menyadarkan agensi dan juga meng-*educate* Doyoung untuk lebih *aware* dengan isu sosial. Dari adanya masalah tersebut, tentu saja NCTzen tidak bisa menghindari masalah yang sangat serius tersebut. Banyak NCTzen yang mengungkapkan rasa kecewa kepada Doyoung karena idol besar seperti Doyoung sangat tidak mungkin tidak mengetahui isu sosial yang mendunia, karena di negara Korea Selatan sendiri ada gerakan sosial mendukung kemerdekaan Palestina hingga perayaan natal di sana dilaksanakan dikedutaan besar Israel di Korea Selatan sebagai bentuk protes agar Israel segera melakukan gencatan senjata.

Ketika *timeline* NCTzen di media sosial X ramai menaikkan tagar agar SM Entertainment tidak bekerja sama lagi dengan produk Zionis, namun NCTzen dari Malaysia berkomentar pada akun @DoyoungBar21 yang dalam komentarnya menginginkan jika konser NCT 127 nanti diganti saja ke Malaysia. Isi dalam postingan yang diunggah Doyoung Bar meminta kepada SM Entertainment untuk membatalkan konser NCT 127 ke Indonesia pada Januari 2024 karena merasa keselamatan Doyoung terancam.

Gambar 25. Fanwar NCTzen Indonesia dengan NCTzen Malaysia.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2023.)

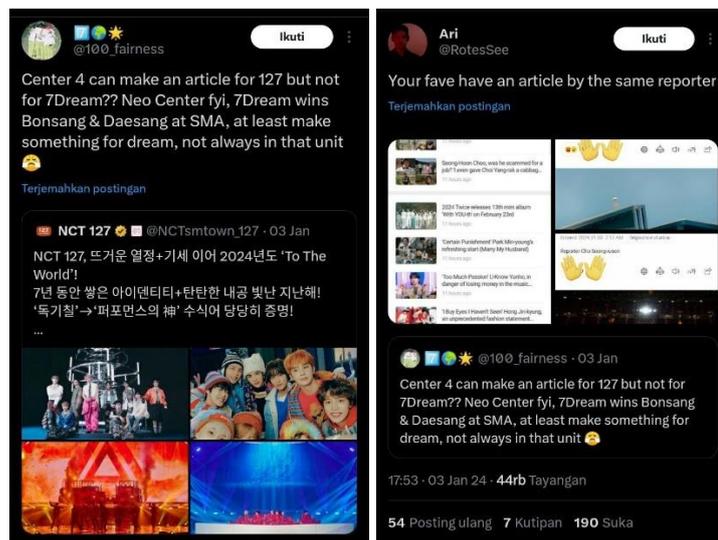
Akun @XXX_12454 pada gambar di atas menunjukkan NCTzen Malaysia yang turut berkomentar pada akun Doyoung Bar bahwa untuk membatalkan jadwal konser NCT 127 dan menggantinya ke Malaysia. NCTzen Indonesia yang membaca tulisan tersebut merasa tersinggung dan menganggap NCTzen Malaysia menggunakan kesempatan dengan menulis komentar yang bersifat egoisme. Setelah komentar tersebut muncul *hate comment* dari akun NCTzen Indonesia bermunculan untuk menyerang akun @XXX_12454.

5. Fanwar Chizen dengan Dreamzen

Kedua *fans* unit ini seringkali bertengkar satu sama lain. Kali ini pertengkaran terjadi akibat dari kebohongan Dreamzen yang mengaku jika NCT Dream tidak dibuatkan artikel ketika mendapatkan penghargaan acara show akhir tahun yaitu di Soul Music Award. Mereka mengira hanya NCT 127 saja yang dibuatkan artikel sehingga Dreamzen merasa NCT Dream tidak dihargai kerja kerasnya dan menganggap NCT 127 sebagai anak emas. Merasa tidak nyaman dengan ungkapan kekecewaan dari Dreamzen, Chizen memberikan bukti jika NCT

Dream juga memiliki artikel yang membahas tentang prestasi mereka mendapatkan penghargaan. Penulis artikel tersebut merupakan orang yang sama yaitu Cho Seong Woon.

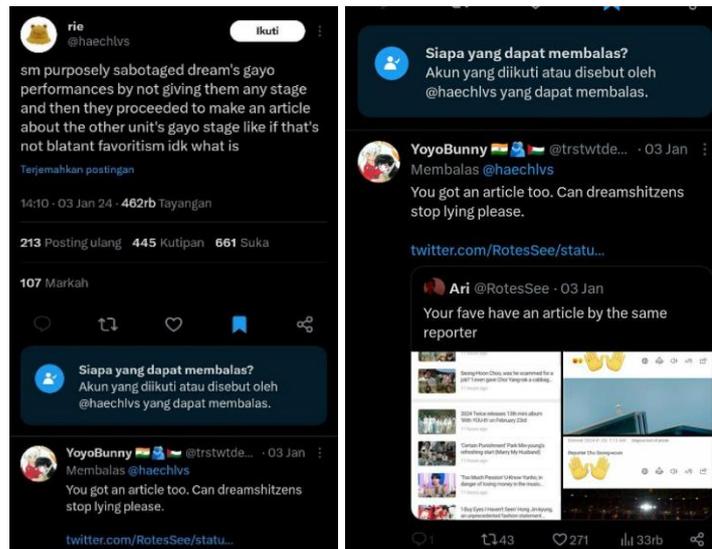
Gambar 26. Fanwar Chilzen dengan Dreamzen.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024.)

Akun @100fairness memprotes kepada center 4 yaitu agensi SM Entertainment tentang mengapa tidak menerbitkan artikel tentang NCT Dream dan mengapa hanya NCT 127. Namun, ternyata artikel tentang kedua unit tersebut ada yang ditunjukkan oleh akun @RotesSee dengan menunjukkan penulis dari artikel kedua grub tersebut adalah orang yang sama.

Gambar 27. Fanwar Chilzen dengan Dreamzen.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024.)

Seperti halnya akun @100_fairness, akun @haechlvs juga memprotes tentang hal yang sama namun kali ini dirinya menganggap jika SM Entertainment menyabotase penampilan NCT Dream dan juga memproses artikel untuk unit lainnya yang tampil dalam SBS Gayo Daejeon. Kemudian dari postingan tersebut akun @trstwtdestny memberikan bukti dengan menyalin postingan milik @RotesSee yang menunjukkan artikel tentang NCT Dream pada SBS Gayo Daejeon.

6. Fanwar Chilzen dengan Dreamzen

Merembet dari kasus artikel, setelah adanya bukti-bukti bermunculan bahwa NCT 127 dan NCT Dream memiliki artikel yang sama lantas tidak menghentikan dua fans unit ini akur. Kali ini pembahasan mengenai NCT 127 yang menjadi sorotan non-fans karena penampilannya yang luar biasa tanpa lipsing dan stage performance mengundang banyak atensi dalam acara penghargaan. Banyak K-Netizen atau korea netizen yang bukan penggemar NCT 127 mengagumi dan memuji penampilan dan suara yang stabil walaupun sambil dance dengan energik. Hal ini tidak menyenangkan bagi Dreamzen karena non-fans tidak ada yang memuji grub favoritnya seperti NCT 127.

Gambar 28. Fanwar Chilzen dengan Dreamzen.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024.)

Gambar di atas menunjukkan *fanwar* yang diawali dari postingan @sundjsuh yang menyindir Dreamzen dan membayangkan jika NCT Dream ikut ke acara yang sama dengan NCT 127 yang dibahas oleh media dan non-fans adalah performance NCT 127 bukan NCT Dream yang menang penghargaan. Dari postingan tersebut kemudian banyak akun yang merasa tidak setuju dengan postingan milik @sundjsuh karena dianggap memalukan.

Gambar 29. Fanwar Chilzen dengan Dreamzen.

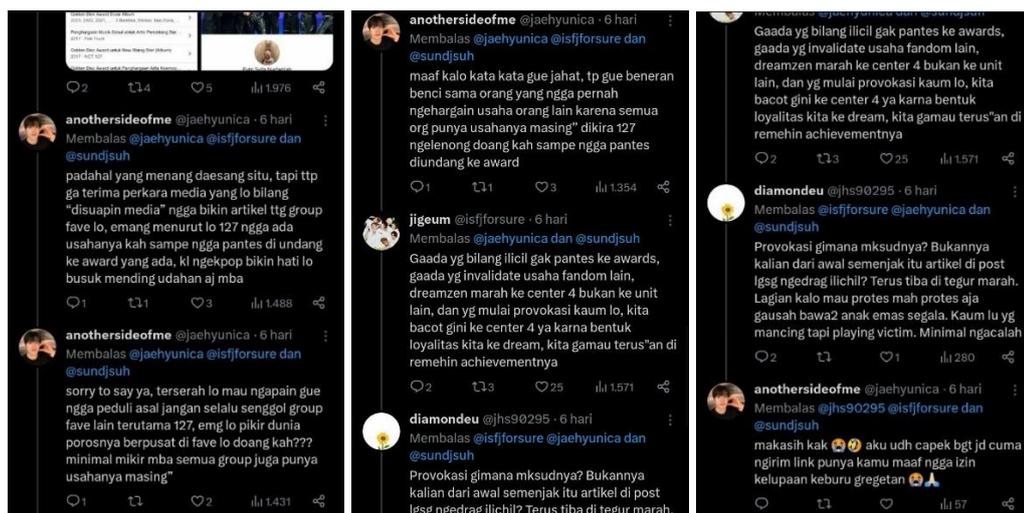


(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024.)

Fanwar di atas berada di postingan akun @sundjsuh. Akun @isjforsure menganggap jika semua grub jika ke suatu acara bahkan itu acara award bisa

menyumbang amazing performance, tidak hanya NCT 127. Dari komentarnya tersebut, akhirnya menyebabkan pertengkaran, yang mana dalam pertengkaran tersebut akun yang terlibat yaitu @jaehyunica yang bertengkar dengan @isjfforsure kemudian ditanggapi oleh @jhs90295 yang berada di pihak @isjfforsure. Gambar selanjutnya merupakan kelanjutan dari *fanwar* yang dilakukan oleh Dreamzen dan Chilzen yang terjadi di akun @sundjsuh.

Gambar 30. Fanwar Chilzen dengan Dreamzen.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024.)

7. Fanwar WayZenNi dengan Dreamzen

Pada 4 Januari 2024 terjadi fanwar antara WayZenNi dengan Dreamzen. Berawal dari komentar "info tds 3 nya dong kakaaaaakk" dari akun @dieseezz yang merupakan seorang Dreamzen yang diketahui dari foto profil Jen0 NCT Dream yang digunakannya. Komentar tersebut tidak diharapkan ada oleh WayZenNi di akun @SMTOWN_JKT karena dapat berakibat menyinggung perasaan WayZenNi yang sedang beruforia tentang pengumuman bahwa Ten WayV akan mengadakan solo konser bertajuk Ten First Fan-Con [1001] in Asia yang digelar di Jakarta pada 27 April 2024. Dibalikuforia tersebut akun @dieseezz muncul dengan menanyakan informasi terkait konser NCT Dream TDS 3.

Gambar 31. Fanwar WayZenNi dengan Dreamzen.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024.)

Gambar di atas menunjukkan akun-akun yang tidak terima dengan komentar yang diposting oleh @dieseezz. Kemudian akun-akun yang berkomentar ditanggapi oleh @dieseezz yang semakin memperkeruh suasana di dalamnya karena penggemar lain menganggap orang tersebut hanya cari perhatian dan salah lapak.

Gambar 32. Fanwar WayZenNi dengan Dreamzen.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024.)

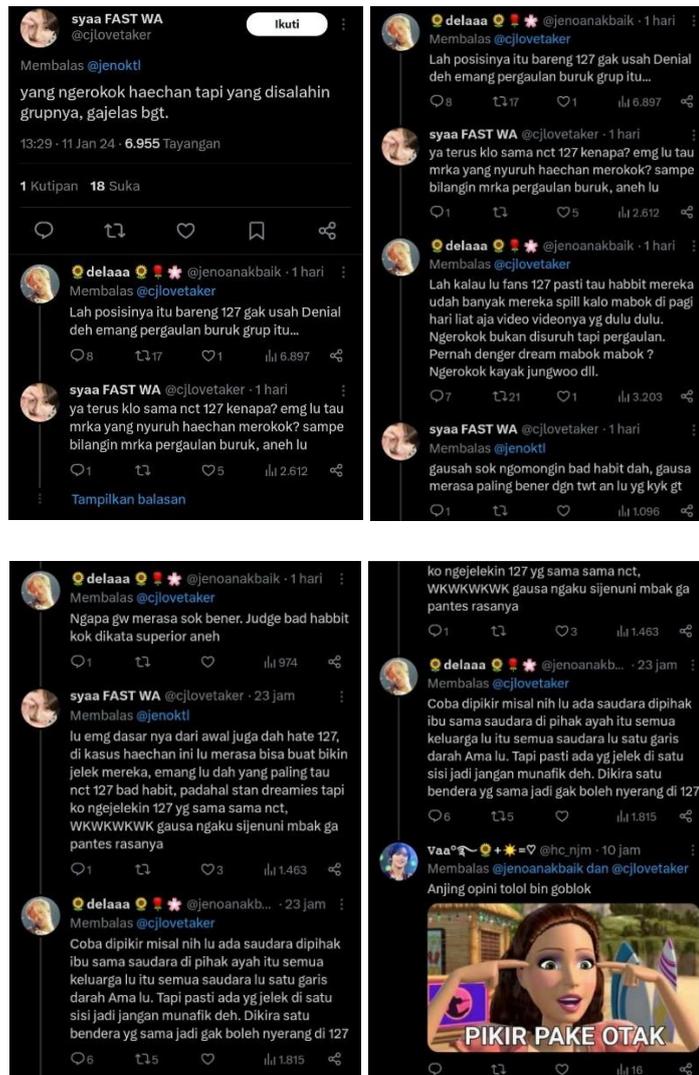
Masih pada postingan yang sama, yaitu komentar pada akun @dieseezz. Beberapa akun bertengkar dengan @dieseezz pada akun @SMTOWN_JKT. Fanwar tersebut berakhir dengan cuitan yang dikirim oleh si pembuat onar yaitu @dieseezz dengan kata-kata halus namun dapat menimbulkan keributan selanjutnya sehingga fandom NCTzen semakin dicap tidak akur. Tidak heran jika

sesama NCTzen terbiasa dengan situasi seperti itu dan akhirnya hanya bisa menormalisir fanwar yang ada karena adanya oknum-oknum yang dianggap toxic.

8. *Fanwar* Dreamzen dengan Dreamzen

Pada 11 Januari 2024, penggemar dikejutkan oleh Haechan yang merokok di dalam ruangan latihan. Hal ini diketahui setelah penggemar menjumpai Haechan pada video yang diunggah SM Entertainment tentang konten latihan atau dance practice. Penggemar menyoroti perilaku Haechan seperti gerak-gerik orang yang sedang merokok. Tingkah lakunya terekam di kamera melalui pantulan dirinya di kaca yang besar di ruangan latihan dance. Sebagian besar tidak memperlakukan Haechan merokok karena artis tersebut sudah memasuki umur legal dan dibebaskan melakukan hal seperti merokok dan minum alkohol sesuai budaya yang ada di Korea Selatan yang melegalkan minum alkohol. Namun, ada juga yang tidak terima jika Haechan merokok karena kesehatan Haechan yang sering redup. Juga permasalahan merokok di dalam ruangan tidak diperbolehkan di sana sehingga Haechan dikenakan denda karena telah merokok di dalam ruangan. Sebagian penggemar denial akan hal tersebut karena Haechan pada cuplikan selanjutnya sedang mengunyah makanan, maka para penggemar berasumsi jika Haechan tidak merokok menggunakan vape tetapi sedang makan makanan ringan. Penggemar juga ada yang mengatakan jika pergaulan Haechan dengan para anggota NCT 127 adalah salah, mereka menganggap jika para anggota NCT 127 membawa pengaruh buruk kepada Haechan karena telah berani merokok di depan umum.

Gambar 33. Fanwar Dreamzen dengan Dreamzen.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024.)

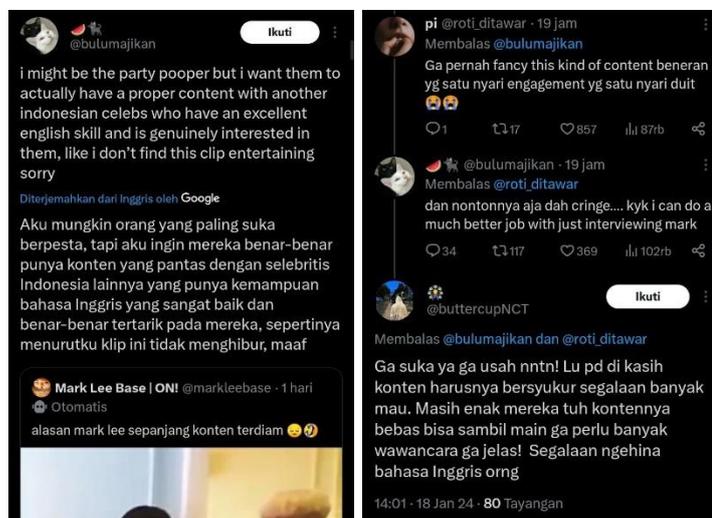
Perdebatan pada gambar di atas menunjukkan *fanwar* yang terjadi antar sesama NCTzen khususnya sesama Dreamzen yang sedang memperlakukan Haechan yang berada di unit NCT 127 dan pemicu *war* tersebut menyebut bahwa yang salah hanya Haechan karena melanggar aturan yang merokok di dalam ruangan tetapi grubnya ikut disalahkan. Kemudian permasalahan berlanjut antara kedua akun di atas yang saling membalas satu sama lain tentang *habit* NCT 127 yang dianggap jelek sehingga memicu perdebatan hingga diakhiri oleh dikirimnya meme oleh @hc_njm.

9. Fanwar Chilzen dengan Chilzen

Konser The Unity NCT 127 yang digelar pada Januari 2024 di Jakarta merupakan kesan yang baik bagi penggemar dan salah satu influencer Indonesia, Raffi Ahmad dan Nagita Slavina. Diketahui, NCT 127 datang ke rumah Raffi Ahmad yang merupakan pemilik dari Rans Entertainment untuk sekedar bermain bill yard dan tennis, para anggota NCT 127 tampak santai ketika berkunjung. Vlog yang diunggah di Youtube menuai perhatian karena konten santai yang dibuat oleh Raffi Ahmad dan Nagita Slavina. Apalagi Rayyanza tampak dekat dengan Doyoung NCT 127. Permalasahan penggunaan Bahasa Inggris Raffi Ahmad menjadi bahan *fanwar* di media sosial X.

Fanwar yang terjadi pada 17-18 Januari 2024 itu bermula dari akun @bulumajikan yang memosting ulang konten dari *fanbase* Mark dengan kalimat yang menunjukkan bahwa konten tersebut tidak menghibur. Ia mengakui jika dirinya *party pooper* yang menginginkan NCT 127 mendapatkan konten yang pantas dengan selebritas Indonesia lainnya yang memiliki kemampuan berbahasa Inggris yang sangat baik dan benar-benar menarik. Dari situlah banyak penggemar yang mempermasalahkan opini tersebut karena dianggap sebagai orang yang terlalu serius.

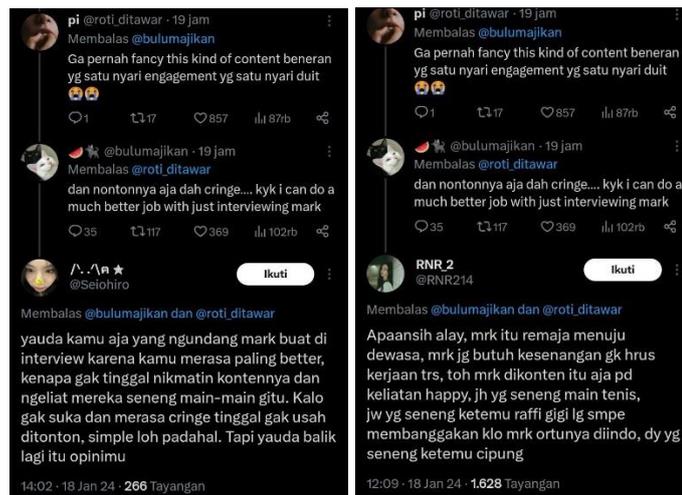
Gambar 34. Fanwar Chilzen dengan Chilzen.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024.)

Suasana makin tegang ketika @bulumajikan menambahkan cuitan ke dalam postingan yang menyatakan bahwa konten tersebut cringe dan dirinya mengklaim bahwa @bulumajikan bisa lebih baik ketika mewawancari Mark. Hal tersebut kemudian menuai beberapa kontra. Kontra tersebut mempermasalahkan jika akun tersebut telah merendahkan kemampuan bahasa Inggris orang lain dan seharusnya bisa bersyukur karena konten NCT 127 tergolong santai dan bebas dan tidak banyak diinterview.

Gambar 35. Fanwar Chilzen dengan Chilzen.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024.)

Komentar selanjutnya juga mempermasalahkan tentang akun @bulumajikan. Komentar dari @Seiohiro merekomendasikan jika @bulumajikan saja interview Mark karena merasa paling benar dan jika konten tersebut membuat cringe harapannya bisa tidak ditonton. Kemudian akun selanjutnya berkomentar jika mereka hanya remaja yang menuju dewasa yang urusannya tidak hanya pekerjaan melainkan kesenangan juga sehingga Jaehyun dan Doyoung NCT 127 terlihat nyaman ketika bermain tennis dan bermain dengan Rayyanza.

10. *Fanwar* Dreamzen dengan Chilzen

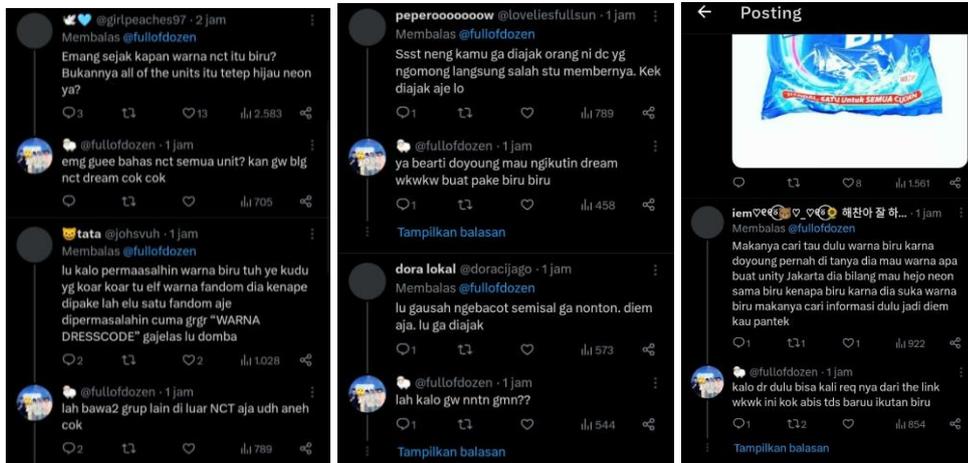
Gambar 36. Postingan Pemicu War sesama NCTzen akun @fullofdozen.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2023.)

Gambar di atas merupakan salah satu pemicu terjadinya *fanwar* antar unit atau sesama NCTzen di X. Postingan tersebut mempermasalahkan warna *dress code* untuk menonton konser NCT 127 yang diselenggarakan pada Januari tahun 2024 di Jakarta. Promotor Indonesia yaitu Dyandra Global yang bertanggung jawab pada konser bertajuk The Unity melalui saran dari Doyoung NCT 127 memberikan pengumuman kepada para penggemar yang akan menonton untuk dapat memakai batik kemudian dipadukan dengan warna yang telah disetujui yaitu pada hari pertama menggunakan batik yang dipadukan dengan warna hijau neon kemudian di hari kedua menggunakan batik yang dipadukan dengan pakaian warna biru. Namun, akun @fullofdozen mempermasalahkan warna biru pada konser. Ia meminta agar NCT Dream saja yang memiliki warna biru sebagai warna resmi grup kesayangannya. Dirinya tidak terima jika NCT 127 juga memakai warna biru untuk *fans* mereka. Kemudian *fanwar* antara Dreamzen dan Chilzen lainnya, yaitu:

Gambar 37. War yang Dipicu oleh Postingan Milik @fullofdozen.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024.)

Berdasarkan hasil observasi oleh peneliti pada media sosial X, *fanwar* di sini memperlihatkan akun-akun yang memberikan komentar, masing-masing dikomentari kembali oleh akun @fullofdozen. Istilah “berantem” yang dikatakan oleh akun @heyakumanusia terdapat pada postingan di atas yang saling *counter* satu sama lain. Ketidakakuran dalam postingan tersebut terlihat jelas pada penggunaan kata yang dituliskan oleh masing-masing akun untuk menanggapi postingan dari @fullofdozen. Inti pembahasan dari perdebatan di atas, @fullofdozen yang merupakan penggemar dari unit NCT Dream tidak terima jika konser NCT 127 di Jakarta menggunakan *dress code* berwarna biru. Karena NCT Dream ketika sedang melakukan promosi lagu *Glitch Mode* pada tahun 2021, mereka menggunakan kostum berwarna serba biru, dari situlah Dreamzen suka dengan warna tersebut jika digunakan terus oleh NCT Dream yang kemudian mengklaim jika warna biru hanya milik NCT Dream.

BAB IV

FAKTOR PENYEBAB TERJADINYA *FANWAR* SESAMA NCTZEN INDONESIA DI X

Coser (dalam Haryanto, 2012) menjelaskan bahwa gagasan mengenai fungsi sosial memberikan penjelasannya pada pemahaman tentang adanya akar penyebab dari suatu konflik sosial sehingga masyarakat akhirnya mengetahui awal mula konflik terjadi di antara mereka. Konflik *fanwar* sesama NCTzen atau disebut juga *war* antar unit di dalam kelompok penggemar atau *fandom* NCTzen di media sosial X tidak bisa dihindari, karena ada hal-hal yang dapat memancing terjadinya keributan di dalam kelompok penggemar. Beberapa penggemar senang menganggapi masalah dan ada pula yang tidak suka dengan keributan yang terjadi karena konflik sesama penggemar ini dianggap mengganggu ketenangan selama berkegiatan menjadi NCTzen. Setiap perdebatan ada faktor-faktor penyebab terjadinya *fanwar* di antara sesama NCTzen. Faktor-faktor dan penyebab inilah yang menjadi permasalahan utama bagi NCTzen karena keadaan di dalam *fandom* akan baik-baik saja jika tidak ada yang memicu atau memancing *fanwar*.

Namun, walaupun keadaan selalu memanas mereka akan tetap pada tujuan mereka yaitu sama-sama mendukung *member* NCT. Sesuai dengan teori konflik milik Coser (1956) tentang semakin kuatnya hubungan antar anggota kelompok akibat dari suatu konflik, hubungan antar NCTzen menjadi semakin erat untuk mendukung *member* NCT karena *fanwar* yang ada di dalam kelompok penggemar tersebut sebagai konflik yang menjadi pengingat bagi para penggemar untuk tetap fokus pada tujuan awal yaitu mendukung NCT baik itu karena menyukai karya ataupun visual para *member* tanpa mempedulikan masalah-masalah yang ada di dalam *fandom* kecuali jika masalah itu besar. Jika masalah itu dianggap sangat serius maka perdebatan yang terjadi akan semakin besar dan semakin banyak akun penggemar yang menanggapi permasalahan yang ada.

A. PENYEBAB *FANWAR* SESAMA NCTZEN DI MEDIA SOSIAL X

Penjelasan Coser (1956) pada bukunya yang berjudul *The Functions of Social Conflict* bahwa di dalam masyarakat ada bagian yang tidak bisa dipisahkan dari struktural fungsional demi menciptakan suatu keteraturan pada kehidupan bermasyarakat yaitu konflik. Teori konflik dalam Haryanto (2012) melihat bahwa konflik dan pertikaian merupakan bagian dari sistem sosial yang tidak bisa dihindari. Tetapi dapat diminimalkan melalui beberapa konsensus atau kesepakatan bersama. Tidak heran bahwa setiap individu yang ada pada suatu kelompok sosial dan masyarakat pasti pernah mengalami suatu konflik baik kecil maupun besar.

Konflik yang menimpa individu maupun kelompok menunjukkan bahwa di dalam suatu relasi atau hubungan-hubungan sosial masyarakat terdapat pemicu terjadinya konflik (Arisandi, 2015). Coser (1956) juga berpendapat suatu konflik ada karena adanya suatu penyebab sehingga penjelasan tersebut relevan dengan apa yang terjadi di *fandom* NCTzen yaitu bagaimana suatu konflik terjadi dikarenakan adanya suatu penyebab. Penyebab-penyebab terjadinya konflik *fanwar* di dalam *fandom* NCTzen antara lain,

1. Agensi/Menejemen

a. Agensi Membuat Fandom di Dalam Fandom

Penggunaan media sosial khususnya X di kalangan masyarakat siber sebagai media komunikasi yang efektif pada masa ini dengan cara menciptakan suatu grup atau komunitas yang kemudian membentuk jaringan komunikasi yang memiliki kesamaan tujuan walaupun belum tentu saling mengenal satu sama lain (Sutinnarto & Syaifudin, 2023). Pada pembahasan ini, agensi yang juga pengguna media sosial sebagai media komunikasi kepada penggemar NCT guna penyebaran informasi, menciptakan sebuah nama untuk digunakan pada komunitas atau grup penggemar di berbagai media sosial termasuk X.

Kemudian Ananda, dkk (2021) berpendapat NCTzen memiliki loyalitas yang tinggi tetapi kemunculan *fandom* di dalam *fandom* membuat hubungan mereka cukup renggang sehingga tidak ragu untuk mengungkapkan pendapat. Coser (1956) juga berpendapat demikian bahwa pada hubungan-hubungan antar

anggota kelompok yang sekunder, rasa permusuhan dapat relatif bebas diungkapkan (Tualeka, 2017). Adanya NCTzen dan WayZenNi dalam satu produk NCT menunjukkan bahwa agensi telah membuat *fandom* di dalam *fandom*. Di dalam satu kelompok penggemar masih ada kelompok penggemar lagi di dalamnya yang dapat menyebabkan ketegangan sosial yang terjadi di media sosial X. Awal mula itulah yang membuat penggemar membuat *fandom* sendiri berdasarkan grup favoritnya. Sehingga, fenomena ini seakan-akan agensi membuat NCTzen jadi terkotak-kotak dan antar kelompok penggemar tersebut terlihat seperti memiliki persaingan satu sama lain.

Sutinnarto dan Syaifuddin (2023) juga menyebutkan bahwa grup atau komunitas sosial dapat menimbulkan “*sense of community*” yaitu suatu grup tersebut memiliki ciri khas yang ditunjukkan dari perilaku mereka. Sama halnya komunitas *online* atau siber yang memiliki ciri khas masing-masing dan juga mudah bagi individu untuk mendapat peran dan grup tersebut, sehingga merasakan hal yang sama dengan individu lain yang sama dalam hal berfikir dan juga merasakan. Ciri khas NCTzen salah satunya memiliki *fandom* di dalam *fandom*, tiap *fandom* unit memiliki rasa dan hal yang sama dalam berfikir. Kemudian sama dengan yang disampaikan oleh Illahi dan Aditia (2022) bahwa dengan adanya sosial media, para komunitas siber dapat membuat suatu kelompok karena memiliki ketertarikan dan kepentingan yang sama. Dalam hal ini, ketertarikan dan kepentingan yang sama, kemudian NCTzen terbentuk menjadi beberapa kelompok sesuai unit favorit masing-masing.

Mereka yang hanya tergabung sebagai Chilzen, Dreamzen, maupun WayZenNi terlihat memisahkan diri dengan fans yang mendukung semua unit NCT. Pramesty, dkk (2023) memandang bahwa agensi yang menuangi suatu grup memang sering disalahkan oleh penggemar karena penggemar merasa agensi tidak sepenuhnya mengurus artis-artis mereka dengan baik sehingga seringkali menjadi sasaran cacian ketika realita di lapangan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan. Sebagaimana Coser (1956) juga berpendapat bahwa konflik realistik berasal dari rasa kecewa terhadap tuntutan-tuntutan khusus yang terjadi dalam suatu hubungan

kelompok yang ditujukan pada hal yang dianggap mengecewakan. Contohnya pada pembentukan unit baru NCT China, nama dan *fandom* serta *lightstick* yang berbeda bentuk menyebabkan perdebatan di kalangan NCTzen yang mana agensi seakan-akan memisahkan WayV dengan NCT. Pada faktanya, menurut website kpopchart.net awalnya WayV bernama NCT V (Vision) alasan agensi tidak bisa menggunakan nama NCT untuk WayV karena ada aturan pelarangan Hallyu⁷ di Tiongkok, karena hubungan buruk antara pemerintah Korea dan Tiongkok. Jadi, SM Entertainment memiliki jalan lain untuk tetap mempertahankan member dari Tiongkok agar bisa bergabung ke NCT dengan cara bekerja sama dengan label lokal yaitu Label V, yang kemudian nama WayV dan WayZenNi terpikirkan hingga bentuk *lightstick* Leakbong dengan warna yang sama dengan *lightstick* NCT. Berikut postingan tentang agensi yang mendaftarkan logo dua nama fandom di NCT:

Gambar 38. WayV dan NCT



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024)

Gambar tersebut menunjukkan bahwa agensi telah mendaftarkan dua nama yaitu WayV dan NCT dengan logo yang berbeda, hal ini menyebabkan banyak pendapat yang muncul setelah rilisnya logo baru dari NCT dan WayV dalam satu produk NCT. Agensi yang membuat *fandom* di dalam *fandom* menjadi pemicu *fanwar* sesama NCTzen juga disampaikan oleh NCTzen di X yaitu @Crimsonsuunset dalam wawancara, @Crimsonsuunset mengatakan:

⁷ Hallyu merupakan istilah tersebarnya budaya K-Pop secara global di seluruh dunia ke berbagai negara yang dimulai sejak tahun 1990-an.

“Yang pertama dari agensi sih yang membuat fandom jadi kotak-kotak, yang kedua oknum-oknum toxic yang mancing orang-orang yang gampang marah, dan akhirnya mereka saling serang.” (Wawancara Crimsonsunset, 2023)

Uraian di atas berdasarkan hasil wawancara dengan @Crimsonsunset, @Crimsonsunset berpendapat jika penyebab terjadinya *war* antar unit adalah dari agensi yang menaungi NCT yaitu SM Entertainment yang membuat *fandom* menjadi kotak-kotak dan menurutnya juga oknum-oknum *toxic* yang dapat memancing penggemar lainnya yang mudah sekali untuk marah sehingga oknum *toxic* dan penggemar yang tersulut emosi tadi saling serang. Kemudian menurut artikel yang ditulis oleh Rohayati (2017) bahwa dalam masyarakat, hubungan sosial yang dibangun, diciptakan, dan dikonstruksikan oleh tiap individu yang pada akhirnya menghantarkan tiap individu dalam proses pengambilan suatu peran di tengah masyarakatnya. Pada konteks agensi membuat nama kelompok di dalam kelompok ini, tiap individu terlibat dalam perilakunya yang sukarela bergabung dengan kelompok yang satu kesamaan dengannya. Akhirnya penggemar tersebut mengambil peran yaitu sebagai penggemar dari salah satu unit NCT dan mengetahui apa yang harus dilakukan selama dirinya menjadi penggemar.

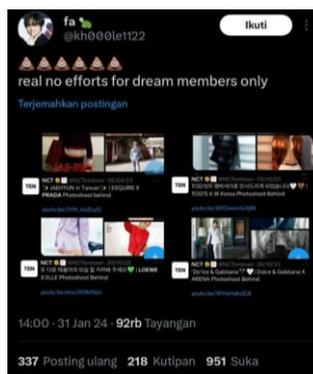
Sebagaimana mengutip dari Tualeka (2017), pada hubungan masyarakat tidak selamanya berada dalam keteraturan, tetapi mereka juga disatukan dengan paksaan melalui keteraturan yang terjadi pada kelompoknya. Kemudian Coser (1956) menjelaskan tentang konflik dapat menempatkan dan menjaga garis batas antara dua atau lebih kelompok. Konflik dengan kelompok lain dapat memperkuat kembali identitas kelompok dan melindunginya agar tidak lebur ke dalam dunia sosial sekelilingnya. Coser (dalam Haryanto, 2012) berpendapat bahwa konflik dapat memperkuat struktur secara longgar dalam suatu kelompok. Suatu masyarakat yang sedang terpecah belah, adanya konflik dengan kelompok luar dapat mengakibatkan pembentukan aliansi dengan kelompok lainnya yang mengarah pada integrasi. Konflik sosial cenderung menyatukan individu-individu ke dalam kelompok-kelompok yang berkonflik untuk melawan musuh, konteks ini menjadikan agensi terlihat sebagai musuh para penggemar. Agensi mendahului

membuat *fandom* di dalam *fandom*, maka diikuti oleh penggemar NCT yang merasa hanya menyukai satu unit bahkan satu member saja. Adanya konflik antara penggemar dengan agensi, maka penggemar yang menyukai satu unit akan bergabung dengan penggemar yang menyukai unit yang sama sebagai bentuk integrasi untuk melawan kelompok luar yaitu agensi/menejemen.

b. Promosi yang Tidak Serupa

Promosi yang tidak sama antar unit di NCT yang menimbulkan rasa iri dan kekecewaan pada penggemar unit lain disebabkan karena adanya prasangka penggemar unit kepada agensi sehingga terlihat seperti sebuah kompetisi di dalam kelompok (Sahara, 2022). Tiap unit yang ada di NCT seperti menjadi grub yang berbeda-beda. Hal ini yang membuat fans dari salah satu unit merasa ada ketidakadilan dari agensi karena promosi album dan konser mereka yang tidak sama (Yulianti, 2022). Ketidakterimaan ini kemudian diketahui saat ditemukannya akun-akun yang *speak up* tentang keresahan yang ada. Hal tersebut kemudian menjadi pemicu terjadinya *fanwar*. Sebenarnya, masalah-masalah tersebut di luar kendali penggemar yang hanya bisa menikmati hasil dari kerja keras dari para anggota NCT yang telah diatur oleh SM Entertainment. Sering kali agensi menjadi target amukan para penggemar karena merasa artis favorit mereka tidak mendapatkan *treatment* dengan baik. Kemudian juga mengutip Coser (1956) bahwa konflik realistik merupakan konflik yang berawal dari kekecewaan di dalam hubungan terhadap peraturan-peraturan yang harus diikuti. Kekecewaan tersebut terlihat dari postingan pada gambar berikut:

Gambar 39. Protes Dreamzen terhadap Ketiadaan Promosi NCT Dream



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024)

Kekecewaan ditunjukkan pada kalimat dan gambar yang dibagikan oleh akun @kh00le1122 yang menemukan bahwa akun NCT pusat hanya memosting foto-foto member dari NCT 127 sebagai *Brand Ambassador* dari merk-merk terkenal. NCT Dream pun ada member yang juga menjadi BA dari brand ternama namun akun dari NCT pusat tidak mempromosikannya. Hal itulah yang membuat Dreamzen naik pitam dan mengatakan jika agensi mereka tidak berusaha untuk mempromosikan NCT Dream sebaik mungkin. Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada akun @jeongharuu dirinya mengatakan pemicu *war* antar unit bahwa promosi yang tidak serupa antara grup unit satu dengan lainnya. Dalam wawancaranya @jeongharuu mengatakan:

“Karena idolnya tidak mendapatkan promosi yang serupa, dianggap idolnya lebih pantas mendapatkan hak yang diberi perusahaan yang malah unit lain yang dapat. Merasa unit mereka lebih lama dibanding unit yang lain hanya numpang tenar karena penggeraknya unit lama. Dan merasa dianaktirikan.” (Wawancara jeongharuu, 2023)

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan @jeongharuu, bahwa *fanwar* antar unit terjadi ketika idol atau grub favoritnya tidak mendapatkan promosi yang serupa dengan unit NCT lainnya. Fitria (2022) mengungkap bahwa para penggemar menganggap jika idolnya juga lebih pantas mendapatkan hak yang sama oleh perusahaan. Mereka berharap tidak hanya unit lainnya yang dapat promosi lebih baik tetapi unit yang mereka sukai juga. Coser (1956) mengatakan bahwa konflik yang berasal dari kelompok dekat, jika salah satu pihak semakin membenci pihak lain, semakin dirasakan sebagai ancaman terhadap suatu persatuan dan identitas kelompok. Dalam konteks ini, unit tetap yang debut terlebih dahulu dari unit lainnya yaitu NCT 127, Chilzen merasa tidak terima jika NCT Dream terus terusan melakukan *comeback* album. Sedangkan grup yang dianggap numpang tenar oleh Chilzen tadi adalah grub-grub baru NCT yaitu NCT Dream dan WayV. WayV merupakan grup yang seringkali dianggap mendapat perlakuan buruk dari agensi hanya karena para anggotanya berasal dari China, Taiwan, dan Thailand yang di dalamnya tidak ada anggota dari Korea Selatan. Sehingga, para penggemar

masing-masing unit merasa idola favoritnya dianaktirikan ketika tidak mendapatkan promosi yang baik dari agensi. Hal tersebut disampaikan oleh @gudegmatcha dalam wawancara, menyatakan:

“Kalau aku sendiri all unit dong pastinya dukung semuanya, yang sering berantem tuh dreamzen sama chilzen dan paling tersakiti wayzen karena soalnya kasian paling di bedain sama agensi nya.” (Wawancara gudegmatcha, 2023)

Berdasarkan wawancara dengan @gudegmatcha, akun tersebut mengatakan jika dirinya mendukung semua unit di NCT. Fans unit yang paling sering bertengkar Dreamzen dan Chilzen kemudian unit yang paling tersakiti yaitu WayV karena diperlakukan berbeda dengan agensinya. WayV merupakan unit NCT yang berbasis di China yang diberi label sendiri untuk kegiatan mereka. Rahmadila (2023) menyebutkan Label tersebut adalah Label V yang menjadi anak agensi dari SM Entertainment. Nama fans yang diberikan agensi juga berbeda dengan unit-unit NCT lainnya. Kemudian *lightstick* yang dipunyai oleh WayV juga memiliki desain yang berbeda dengan NCT. *Lightstick* NCT memiliki nama Neobong sedangkan *lightstick* WayV bernama Leakbong yang bentuknya tidak kubus seperti *lightstick* NCT pada umumnya tetapi berbentuk huruf V.

Hubungan dekat, meskipun sering menimbulkan konflik, menunjukkan kecenderungan untuk meredam konflik tersebut (Coser, 1956). Bentuk *lightstick* Leakbong yang mirip dengan daun bawang membuat WayZenNi merasa jika WayV mendapatkan perlakuan yang berbeda dengan unit lainnya. Walaupun banyak WayZenNi yang demikian, banyak pembelaan jika agensi melakukan hal tersebut untuk tetap melindungi WayV agar tetap bisa bersama NCT karena menurut Vita (2020) berkaca dari pengalaman grup senior bahwa Lay dari EXO ditarik oleh negaranya yaitu China untuk berkegiatan di negara aslinya dan ditakutkan jika WayV tidak dibedakan nantinya akan kesulitan berkegiatan di Korea Selatan. Selanjutnya melalui postingan akun X seorang WayZenNi yang menunjukkan keberpihakan pada WayV yakni,

Gambar 40. Postingan akun @junbooster.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2023.)

Akun pada gambar tersebut, menunjukkan keberpihakannya kepada WayV. Dilihat dari tulisannya, ia mengatakan jika WayV adalah grup asal China yang terbengkalai dan kurang sentuhan dari agensinya sendiri. Maksud dari tulisan yang diposting adalah itu merupakan sebuah tren penggemar K-Pop tentang bagaimana mereka memilih diksi untuk mendramatisir situasi yang telah atau sedang mereka alami selama menjadi NCTzen maupun fans-fans dari unit NCT lainnya dan di gambar tersebut adalah WayZenNi yang memosting tren tersebut dengan maksud menyindir agensi yang dianggap kurang memperhatikan WayV.

Coser (1956) melihat jika suatu kelompok bereaksi terhadap ancaman dari luar melalui perbedaan pendapat di dalam diri mereka mengenai jalannya konflik, hal ini menunjukkan bahwa isu yang dipertaruhkan cukup penting untuk diperdebatkan oleh para anggota kelompok. Diketahui WayV hingga saat ini belum melakukan kegiatan *world tour* sejak debut pada tahun 2019 dan sejauh ini hanya *fansign* yang digelar di beberapa negara, masalah WayV yang belum mendapatkan kesempatan konser menjadi hal yang cukup penting untuk dipedebatkan oleh WayZenNi (Lestari & Kusuma, 2023). Hal ini menambah kemarahan WayZenNi karena WayV tidak mendapatkan perhatian yang sama dengan dua grup besar NCT yaitu Dream dan 127 yang sudah melakukan *world tour* sejak debutnya. NCT Dream memiliki *world tour* bertajuk The Dream Show 1 dan 2. Kemudian NCT 127 sudah melakukan world dengan tiga tajuk yaitu Neo City, Neo City: The Link, dan Neo City: The Unity.

c. Jadwal Antar Unit

Menurut tulisan milik Yudanti dan Ananta (2023), bahwa agensi memiliki peran utama sebagai menejemen dari kegiatan grup. SM Entertainment yang menaungi NCT saat ini memegang peran penting terhadap semua jenis kegiatan NCT baik itu kegiatan di dalam perusahaan maupun diundang ke suatu acara yang kemudian agensi sebagai izin utama kegiatan mereka. Jadwal kegiatan tersebut berupa pengendalian segala aspek yang dilakukan artis seperti rekaman, konser, pemotretan majalah, promosi, hingga tampil di acara televisi. Sebagai grup yang terpisah dalam satu nama besar NCT, tentunya unit-unit tersebut harus memiliki jadwal yang cukup berbeda antara satu unit dengan unit lainnya. Namun, Lestari dan Kusuma (2023) menyebutkan terkadang ada jadwal yang tabrakan antara dua member yang tergabung dalam dua unit. Sehingga keduanya harus bergabung di salah satu grup, karena itulah penggemar di salah satu unit merasa agensi semena-mena dalam mengatur jadwal kepada anggota dengan dua unit yaitu Mark dan Haechan. Berikut contoh pernyataan yang membahas tentang jadwal pada salah satu unit NCT:

Gambar 41. Perdebatan tentang Jadwal Antar Unit yang Tidak Sama



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024)

Perdebatan tentang jadwal yang berbeda antar unit pada gambar di atas membahas jadwal unit NCT yaitu NCT Dream. Pada gambar pertama menunjukkan para akun yang berharap NCT Dream pindah ke agensi agar mendapatkan jadwal dan promosi yang adil kemudian pada gambar selanjutnya Dreamzen yang protes tentang bagaimana perlakuan agensi dan para NCTzen kepada mereka dan

menunjukkan bagaimana agensi dianggap tidak adil karena perlakuan lupa mempromosikan jadwal NCT Dream kepada media. Pihak-pihak tersebut terus berjuang melawan ketidakadilan yang disebabkan oleh agensi yang menaungi artis favoritnya.

Kelompok-kelompok yang terus-menerus berjuang melawan pihak luar cenderung bersikap intoleransi di dalam. Mereka tidak mungkin menoleransi hal-hal yang menurutnya sebuah penyimpangan yang lebih dari sekadar penyimpangan dari kesatuan kelompok (Coser 1956). Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan @chowkibear, menurutnya hal yang menjadi penyebab terjadinya *war* antar fans unit disebabkan oleh jadwal yang tabrakan sehingga salah satunya harus dikorbankan dan menyebabkan ketidakterimaan pada salah satu pihak. Agnesia (2019) menyebutkan *fanwar* antar fans unit tersebut hanya terjadi pada media sosial. Prosesnya dimulai dari pengumuman *scedhule* suatu unit dari agensi. Lalu salah satu fans yang hanya stan atau suka dengan satu unit saja mulai meluapkan opininya sehingga menggiring opini fans-fans yang lain. Hal tersebut karena tidak semua orang setuju pada suatu opini atau gagasan. Penyebab *fanwar* tersebut disampaikan oleh @chowkiber pada wawancara, yaitu:

“Menurut saya sering terjadi war karna scedhule dari beberapa member yang "tabrakan" alhasil salah satu unit selalu "dikorbankan" Yang pasti nya war2 antar fandom ini cmn di sosmed aja yah. Proses nya yah diawali dengan pengumuman scedhule suatu unit dari agensi. Lalu salah satu fans yg mungkin hanya stan 1 unit mulai meluapkan opininya sehingga menggiring opini fans2 lain. Seperti yang kita semua tau bahwa tidak semua orang pro pada suatu opini/gagasan. Ya mulai dari situ terjadi cekcok.” (Wawancara chowkiber, 2024)

Melalui informan yang berbeda, yaitu dari @dhyckst juga mengatakan bahwa salah satu fanwar yaitu tentang jadwal yang diumumkan oleh agensi. Contohnya adalah ketika adanya timeline pengumuman jadwal konser yang berbeda untuk NCT 127 dan NCT Dream. Informan tersebut merupakan seorang Sunflower menganggap bahwa adanya ketidakjelasan pengumuman jadwal konser milik NCT 127 sedangkan NCT Dream jelas. Menurutnya, Chilzen hanya meminta kejelasan

ke SM Entertainment tetapi Dreamzen tidak terima dengan hal tersebut dan berujung menjatuhkan member yang ada di dua unit tersebut. Hal yang sama tentang jadwal yang berbeda menjadi penyebab *fanwar* sesama fandom disampaikan oleh @dhyckst, menyatakan:

“Biasanya war antar unit tuh yg aku sering lihat lumayan banyak tp aku kasih salah satu contoh aja. Scheduled concert 127 dan Dream yg berbeda untuk timeline announcenya, lebih ke jadwal yg ga jelas aja sih sebenarnya untuk di 127 istilahnya nyicil jadwal ga langsung kayak announce konser Dream. Dari sini sebenarnya fans 127 lebih minta kejelasan ke SM aja tp dari fans unit Dream ngerasa ga terima dan berujung ngedrag member yg ada di 2 unit tersebut” (Wawancara dhyckst, 2024)

NCT 127 dan NCT Dream memiliki dua anggota yang sama yaitu Mark dan Haechan. Seringkali salah satu grub dikorbankan jika ada kegiatan dengan jadwal yang berdekatan. Dreamzen seringkali kecewa dengan keputusan agensi yang selalu mengutamakan Mark dan Haechan berada di unit NCT 127. Dreamzen yang sudah mengikuti jejak NCT Dream dari awal akan mengerti mengapa Mark dan Haechan selalu mengutamakan NCT 127, karena unit grub tersebut adalah grub tetap mereka dari awal. Mark dan Haechan debut pertama kali melalui nama NCT 127. Sedangkan NCT Dream merupakan unit yang memiliki sistem seperti NCT U yaitu bisa tampil hanya dengan lima member atau bahkan dua member untuk menyesuaikan jadwal yang saling berdekatan antara dua unit grub tersebut. Hal tersebut yang menyebabkan *fanwar* antara Chizen dan Dreamzen yang mempermasalahkan keanggotaan pada unit grub favoritnya masing-masing. Pernyataan yang sama melalui akun @chiezmiez bahwa:

“biasanya schedule antar member fansnya saling menyalahkan, saling membandingkan achievement antar unit, fake acc yg bikin tweet adu domba, haters yg selalu ungit2 rumor padahal itu ga bener atau kesalahan member yg udah2. kayanya masih banyak lagi” (chiesmiez, 2024)

Jadwal unit yang menjadi penyebab adanya *fanwar* antar sesama NCTzen atau dikenal *war* antar unit tersebut juga disampaikan oleh @chiesmiez. Dirinya menyampaikan bahwa penyebab *war* salah satunya jadwal yang berantakan

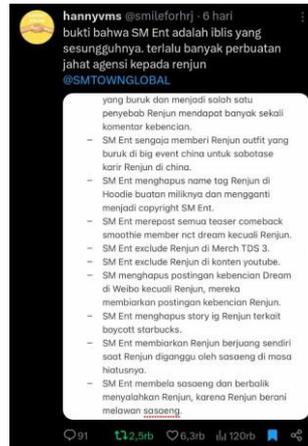
termasuk jadwal antar member yang kemudian para penggemar saling menyalahkan dan saling membandingkan *achievement* antar unit. Pembelaan-pembelaan tersebut menyebabkan loyalitas yang tinggi bagi tiap-tiap fans unit (Ananda, dkk., 2021). Coser (1956) menyampaikan seseorang tidak hanya menjadikan kelompok itu bagian dari dirinya hingga menjadikan dirinya lebih sepenuhnya bagian dari kelompok dengan melepaskan klaim pribadi demi kepentingan kelompok. Seperti yang dikatakan Kurt Lewin (dalam Coser, 1956), individu yang rela berkorban demi suatu organisasi akan meningkatkan loyalitas terhadap organisasi tersebut. Dalam kondisi seperti ini, ancaman terhadap kelompok menyentuh inti dari dirinya kepribadiannya. Hal ini terjadi pada tiap-tiap individu pada *fandom* NCTzen yang menjadikan sebutan NCTzen menjadi bagian dalam hidupnya. Dalam proses *fanwar* antar sesama NCTzen, termasuk isu tentang jadwal antar unit yang saling bertabrakan, dirinya rela berkorban dengan ikut serta membela idol favoritnya untuk kepentingan kelompok yaitu kelayalitan para NCTzen kepada *fandom* dan idol.

d. *Mistreatment*

Mistreatment diartikan sebagai perlakuan terhadap individu maupun kelompok yang dilakukan oleh pihak lain yang dapat menimbulkan kerugian seperti pengabaian, finansial, verbal, serta hak asasi manusia (Este & Mulyana, 2021). Dalam konteks ini, penggemar menganggap agensi memperlakukan grup favorit mereka dengan tidak adil karena tidak mendapatkan hak yang sama dengan unit lain. *Mistreatment* menjadi alasan para penggemar unit melakukan *war*, mereka bersikap empati kepada idola kesayangannya sebagai bentuk protes agar grup yang disukai mendapatkan *treatment* yang tepat sehingga mengharuskan mereka bersatu. *Mistreatment* dari agensi sangat merugikan suatu grup karena tidak mendapatkan hak yang sama dengan grup unit lainnya. Maka dari itu Alhaqi (2023) berpendapat WayZenNi yang tidak bergabung dalam pembelaan, dianggap tidak peduli dengan WayV. Kemudian Coser (1956) berpendapat individu yang berpartisipasi secara intens dalam kehidupan suatu kelompok, prihatin dengan kelangsungan kelompok tersebut. Jika mereka tidak bergabung dalam isu yang sedang terjadi maka orang tersebut akan dianggap tidak setia yang tidak ada kepedulian dan tanggung jawab.

Dari Alhaqi (2023) melihat *mistreatment* yang menimpa WayV yang terus dibela oleh WayZenNi karena kurang mendapatkan perhatian penuh dari agensi. Kemudian sama halnya yang ditunjukkan oleh gambar berikut tentang salah satu artis naungan agensi yang diperlakukan sangat tidak adil:

Gambar 42. *Mistreatment* terhadap Renjun NCT



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024)

Pada postingan yang ditunjukkan oleh akun @smileforhrj pada gambar di atas menunjukkan bukti-bukti bahwa agensi melakukan mistreatment kepada Renjun NCT yang sangat disadari oleh NCTzen terutama solo stan Renjun. Perbuatan-perbuatan yang dianggap jahat telah dirangkum oleh solo stan Renjun dan ternyata banyak mistreatment yang dilakukan oleh agensi yang banyak tidak disadari oleh NCTzen lainnya. Sehingga pada postingan tersebut, banyak disetujui oleh sesama solo stan Renjun pada kolom komentar postingan tersebut dengan harapan para NCTzen lainnya membuka mata jika memang Renjun NCT sebagai member dari Tiongkok yang seringkali mendapatkan hal yang tidak diinginkan. Kemudian tentang *mistreatment* sebagai penyebab *fanwar* antar unit disampaikan oleh @strawdery_ bahwa:

“khusus di fandom nctzen tuh paling sering banget adalah setiap fans antar unit berlomba lomba biar unitnya dicap sebagai unit yg paling suka kena mistreatment, yg faktanya mereka udah dapet bare minimum sebagai grup idol tp fans nya merasa gapernah selalu puas. trus war karna shipper juga adaa karna di nct nih bershipper shipper jd berasa shipper nya paten, trus yaaa pada suka kompor aja sih kayak out of

nowhere bilang yg jelek tentang salah satu member gitu” (Wawancara strawdery_, 2023)

Menurut @strawdery_, *war* yang ada di dalam *fandom* NCTzen dipicu oleh fans antar unit yang berlomba-lomba agar unit yang disukai dicap sebagai unit grub yang paling suka terkena *mistreatment*. Pada faktanya, tiap-tiap unit sudah mendapatkan *bare* minimum sebagai grub idol tetapi fans tidak pernah merasa puas sehingga merasa jika agensi pilih kasih karena dianggap menganaktirikan grub favoritnya. Menurut website Kumparan.com, kebiasaan pilih kasih akan berdampak negatif pada individu maupun kelompok yang dapat menimbulkan ketidakharmonisan. Sikap tersebut terkadang tanpa disadari ada karena terbentuk dari kebiasaan yang berdampak pada munculnya sikap iri dengki. Dengan adanya sikap iri tersebut, Coser (1956) melihat ketidakpuasan yang terekspresikan dimanapun dan kapanpun terjadi, yang tidak dibiarkan menumpuk dan disalurkan ke dalam satu perpecahan besar, membantu menjaga masyarakat atau kelompok.

Kemudian menurut Van de Ven, dkk (dalam Puspitasari & Zahra, 2023) bahwa sikap iri dapat dibagi menjadi iri yang positif dan negatif. Iri yang positif mendorong individu agar dapat bergerak maju dan mencapai tujuan yang diinginkan, dalam hal ini sebagai penggemar mereka ingin untuk memperjuangkan hak-hak dari grupnya agar sama-sama menjadi kesayangan agensi. Kemudian iri yang negatif adalah sikap iri individu maupun kelompok yang bertujuan untuk merusak kesenangan orang lain atas keadaan yang dialami. Sikap penggemar yang merasa iri dengan pencapaian grup lain cenderung akan menyalahkan agensi ketika idol favoritnya tidak mendapatkan apa yang mereka inginkan, mereka saling menyalahkan kepada sesama penggemar karena kurangnya dukungan sehingga grup favoritnya tidak mencapai ekspektasi yang mereka harapkan seperti kemenangan di *music show* acara televisi mingguan Korea, kemenangan di acara *award*, jumlah *views* di Youtube, *problem* kostum saat tampil promosi, hingga permasalahan sehari-hari yang terjadi di *fandom*.

Mistreatment yang dianggap buruk bagi NCTzen seringkali dikaitkan dengan hak-hak yang harus sama rata pada unit NCT. Diketahui seluruh unit NCT

kecuali WayV diurus oleh Center Neo (Center 4) pada agensi SM Entertainment (Ko, 2024). Sesuai dengan yang disampaikan Coser (1956) yang mengutip Simmel bahwa perjuangan yang melampaui masalah pribadi, cenderung lebih radikal dan tanpa ampun dibandingkan konflik yang berkaitan dengan masalah pribadi. Kesadaran untuk berbicara atas nama hak atau sistem nilai yang superindividual memperkuat sikap keras kepala masing-masing pihak, memobilisasi energi yang tidak akan tersedia hanya untuk kepentingan dan tujuan pribadi. Menurut website Koreaboo.com (2023), SM Entertainment memberikan *mistreatment* kepada Yuta NCT selalu member dari Jepang. NCTzen membela secara tulus untuk melakukan protes terhadap agensi SM Entertainment terutama pada Center Neo (Center 4) yang mengurus semua kegiatan unit-unit NCT yang dianggap mengalami ketidakadilan kepada para anggota NCT. Penggemar melakukan hal ini demi kepentingan idol dan juga sebagai anggota *fandom* dalam menegakkan hak yang sama kepada seluruh anggota NCT tanpa terkecuali bahkan yang sedang hiatus sekalipun.

2. Fandom

a. Adanya Oknum-oknum Toxic

Arti dari *toxic* sendiri dari bahasa Inggris diartikan sebagai beracun. Dalam hubungan sosial antar penggemar NCT maupun grub lainnya, oknum *toxic* atau orang yang beracun diartikan sebagai orang-orang yang memiliki sifat *toxic*. Sifat *toxic* inilah yang disematkan untuk orang-orang tersebut karena memberikan dampak buruk kepada orang lain, terutama pada masalah psikologis. Tentu saja sifat tersebut harus dihindari karena dapat mengganggu kenyamanan orang lain, sulit memiliki hubungan sosial yang baik, dan merugikan diri sendiri juga karena dijauhi oleh banyak orang (Tanaya, 2021). Kemudian sifat toxic ini didefinisikan sebagai gangguan emosional yang terjadi dikarenakan masalah hidup yang dialami membuat seseorang tidak nyaman yang kemudian disalurkan kepada orang lain (Alhidayah & Indrayuda, 2020).

Oknum-oknum toxic sering kali melakukan tindakan *flaming* dan membuat agenda *fanwar* di dalam *fandom*. Menurut Lapidot-Lefler dan Barak (dalam Fitria,

2022) *flaming* merupakan bentuk ekspresi kebencian terhadap orang lain pada media sosial. *Flaming* ini merupakan bentuk perwujudan dari *toxic online disinhibition*⁸. Dikarenakan seseorang menebar kebencian dan berita yang belum tentu benar tentang para member NCT hingga memicu reaksi dari sesama NCTzen, hal itulah yang membuat suatu akun tercirikan menjadi oknum toxic di dalam *fandom*. Munculnya oknum-oknum toxic sebagai pengganggu dalam kelompok internal menyebabkan NCTzen melakukan RnB (*report and block*) terhadap orang-orang tersebut karena sangat mengganggu penggemar lain bahkan dapat memicu *war* antar unit. Menurut Fitria (2022) praktik *report and block* ini sebagai bentuk perlawanan penggemar kepada oknum toxic yang diduga sebagai *haters*. Seperti yang disampaikan oleh Coser (1956) berpendapat dengan menghilangkan satu sama lain, mencegah disintegrasi berdasarkan satu garis perpecahan utama. Praktik tersebut dilakukan agar meminimalisir akun-akun lain untuk berinteraksi dengan oknum-oknum *toxic* di dalam *fandom* NCTzen. Oknum toxic tersebut ditemukan oleh akun @Crimsonsunset pada postingannya sebagai berikut:

Gambar 43. Postingan dari akun @Crimsonsunset.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2023)

⁸ *Toxic online disinhibition* adalah perilaku agresif seseorang ketika berada di media sosial.

Postingan milik @Crimsonsuunset pada 24 Desember 2023 ini mengajak pengikutnya untuk *me-report* dan *block* akun yang dimaksud untuk membebaskan *fandom* dan *member* NCT dari para *akgae*. Menurutnya, akun @kiszzwu merupakan *oknum toxic* yang harus di RnB karena penggemar tersebut seorang *Akgae*⁹. Coser (1956) memandang kelompok yang bertikai dalam jumlah yang relatif kecil, dalam situasi konflik yang akut, dapat mengambil manfaat dari penurunan jumlah anggota, selama penurunan ini memurnikan kelompok tersebut dari unsur-unsur yang cenderung melakukan mediasi dan kompromi. Yulianti (2022) menyebut *akgae* dan *solo stan* merupakan sebutan yang berbeda walaupun mereka sama-sama hanya menyukai salah satu *member* saja. Tindakan ini sebagai bentuk praktik perlawanan agar tidak ada lagi *oknum-oknum toxic* yang menyebar di kalangan NCTzen. *Oknum toxic* ini sebagai pemicu *fanwar* karena kalimat *flaming* yang disebarakan melalui *cuitan* di media sosial X. Sama halnya pada gambar di atas, wawancara yang dilakukan kepada @Crimsonsuunset yakni:

“Yang pertama dari agensi sih yang membuat *fandom* jadi kotak-kotak, yang kedua *oknum-oknum toxic* yang mancung orang-orang yang gampang marah, dan akhirnya mereka saling serang.” (Wawancara Crimsonsuunset, 2023)

Dirinya mengatakan selain agensi membuat *fandom* di dalam *fandom*, @Crimsonsuunset juga menyebutkan *oknum-oknum toxic* adalah orang-orang yang suka memancing pihak yang mudah sekali untuk marah, yang pada akhirnya pihak-pihak yang terpancing emosinya akan saling serang sehingga para *oknum toxic* tersebut dinilai cukup berbahaya bagi kedamaian di dalam *fandom*.

Akun @kiszzwu yang dibagikan oleh @Crimsonsuunset dicirikan sebagai akun *toxic* yang memberikan komentar ujaran kebencian kepada *member* NCT dan menjadi akun *adu domba*. Akun-akun anonim yang memiliki sedikit pengikut dan bergabung belum lebih dari tiga tahun dicurigai sebagai akun yang memiliki motif untuk menjalankan misi berkomentar buruk tentang *member* NCT dan hanya

⁹ Solo stan merupakan orang yang mendukung salah satu *member* NCT saja tanpa menjatuhkan *member* lain, sedangkan *Akgae* merupakan pendukung dari salah satu *member* saja tetapi membenci *member* lainnya yang sama-sama masih satu *grub* di dalam NCT.

menyanjung *member* favoritnya saja. Menurut Fathonah, dkk (2022) anonimitas dari akun-akun tersebut adalah mereka membuat identitas yang dibuat sendiri untuk melindungi identitas asli disebut *pseudonym (cyber account)*. Akun anonim merasa aman dan nyaman melakukan apa pun karena ketidakterbukaan tentang identitas asli kepada orang lain, hal ini dapat dimanfaatkan untuk menyebar kebencian. Akun-akun dengan ciri demikian menjadi sasaran RnB NCTzen untuk menghilangkan oknum-oknum toxic tersebut. Akun @kiszzwu terlihat dari dua postingan terbarunya, kata-kata yang digunakan dapat memicu terjadinya *war* sesama NCTzen. Dirinya memposting ulang postingan dari akun-akun sebelumnya dengan menambahkan kutipan yang dianggap *toxic*. Kalimat yang digunakan dianggap dapat memicu terjadinya *fanwar* karena kata-kata yang digunakan mengarah pada kesesatan pikir yang dapat memancing akun lain untuk berkomentar di akunnya.

Oknum-oknum *toxic* berikutnya yang dianggap sebagai pemicu *war* dibagikan oleh akun @zeeozou. Permasalahan dimulai karena dirinya menyorot beberapa komentar yang dianggap tidak sesuai kenyataan. @zeeozou membagikan tangkapan layar bagaimana dirinya kesal dengan komentar-komentar buruk yang ia temukan. Sehingga postingannya menjadi ramai karena memperlihatkan bagaimana kelakuan akun *toxic* yang merugikan NCT dan NCTzen. Berikut postingan dari @zeeozou mengenai akun toxic:

Gambar 44. Postingan di akun @zeeozou.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2023.)

Berawal dari konten terbaru yang dikeluarkan oleh Youtube NCT Dream tentang konten khusus member NCT Dream yaitu Jenso dan Jaemin yang mendatangkan bintang tamu. Bintang tamu tersebut adalah member satu *group* mereka yaitu Chenle dan Renjun. Diketahui, Renjun merupakan member yang tidak memiliki konten khusus di Youtube sampai rilisnya konten terbaru Jenso dan Jaemin. Konten tersebut bertajuk Just Do It yang merekam kegiatan Jenso dan Jaemin, konten kali ini tentang *ice skating* yang dilakukan bersama dengan Renjun dan Chenle. Tetapi, dengan adanya konten yang bertujuan untuk menghibur itu, tidak semua penggemar NCT merasa senang. Akun @zeeozou membagikan akun toxic yang tidak merasa senang dengan konten NCT, akun-akun tersebut yaitu:

Gambar 45. Akun Toxic.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2023.)

Akun @glued7dr dan @hrjache adalah akun *toxic* selanjutnya yang dibagikan oleh @zeeozou karena komentarnya yang memicu kemarahan @zeeozou. Kemarahan tersebut terlihat pada *caption* yang digunakan, @zeeozou menggunakan kata umpatan sebagai pelampiasan dari rasa kesalnya melihat akun-akun yang tidak bertanggung jawab memberikan komentar buruk kepada para anggota NCT Dream. Komentar-komentar buruk tersebut juga berawal dari *Fansign* di China, dari sebuah postingan yang menyoroti keempat anggota NCT

Dream yang menertawakan Renjun yang masih belum memiliki konten khusus di akun Youtube NCT Dream.

Coser (dalam Haryanto, 2012) menjelaskan konflik non realistik di dalamnya terjadi ekspresi permusuhan. Jika konflik realistik sebagai konflik yang memiliki tujuan dan berpotensi tidak merusak hubungan kemudian membuat suatu kelompok semakin erat hubungannya karena para anggotanya terlibat dalam negosiasi yang realistik, maka tidak dengan konflik non realistik. Konflik non realistik seringkali berbelok dari konflik yang sebenarnya dan cenderung dapat mengambinghitamkan korban. Dalam konteks penyebab *fanwar* yang diakibatkan dari eksistensi oknum-oknum *toxic* yang dibagikan oleh @zeeozou, akun yang dianggap *toxic* itu sebenarnya sedang membahas masalah anggota NCT yang bercanda tentang konten NCT yang tidak melibatkan semua anggota NCT Dream yang mana mereka turut merasa menjadi korban yang sedang membela anggota NCT Dream, Renjun. Akan tetapi, oleh akun @zeeozou hal tersebut dianggap sebagai *flaming* dan dicap sebagai akun *toxic*. Ekspresi permusuhan yang ada ditunjukkan pada kata-kata *flaming* oleh @zeeozou dalam cuitannya kepada akun @glued7dr dan @hrjache untuk menunjukkan jika dirinya kesal dengan komentar yang ia temukan karena tidak setuju dengan cuitan yang membahas tentang candaan anggota NCT Dream yang dianggap sensitif bagi sesama anggotanya.

b. Adanya *Sasaeng* NCT

Sasaeng merupakan sebutan untuk *fans toxic* yang rela melakukan apa pun demi mencari perhatian dari artis favoritnya. Menurut Linta (dalam Adhiyansyah dkk, 2021) *sasaeng* adalah penggemar yang fanatik dan sangat obsesif. Ia akan melakukan apa pun demi keinginan ekstrimnya seperti masuk ke asrama idol, mengikuti ke mana pun agar selalu dekat, mengambil gambar tanpa izin, dan menjadi penguntit. Tindakan-tindakan tersebut bernilai tindak kriminal yang mengakibatkan ketidaknyamanan pada idol karena merasa terganggu. Cara-cara berbahaya tersebut dilakukan demi kepuasan untuk ter-notice oleh idol yang ia buntuti. Menurut tulisan Pratama (2021), *sasaeng* dalam bahasa Korea artinya kehidupan pribadi. 'Sa' artinya pribadi sedangkan 'Saeng' artinya kehidupan.

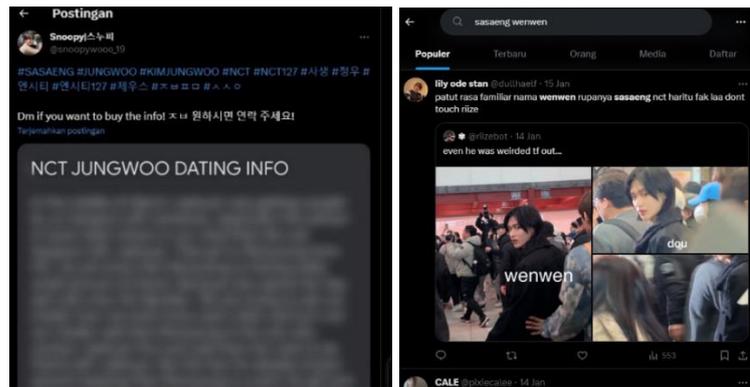
Secara definisi, *sasaeng* merupakan penggemar yang mengidolakan artis secara berlebihan hingga ingin mengetahui ranah yang bukan hak penggemar yaitu kehidupan pribadi para artis yang diidolakan.

Menurut Nalendra (2021) orang awam yang tidak mengetahui tentang *sasaeng* akan menganggap semua fans K-Pop itu sama toxic-nya sehingga menimbulkan *fanwar* karena kesalahpahaman dan sebagai bentuk pembelaan bahwa *sasaeng* bukan bagian dari *fandom*. Begitu pula yang terjadi di *fandom* NCTzen, pemicu *fanwar* sesama NCTzen berikutnya ketika melihat tindakan dari NCTzen lainnya ketika rela menjadi *sasaeng* demi mendapat perhatian dari para *member* NCT. Keberadaan *sasaeng* membuat NCTzen khawatir dan perlu melakukan tindakan untuk menekan *sasaeng* agar berhenti membuntuti member NCT. Hal ini sesuai pendapat Coser (1956) tentang kelompok harus melawan orang yang tidak sejalan dengan aktivitas di dalam kelompok dengan sekuat tenaga karena mereka secara simbolis mengancam, karena keberadaannya sebagai sebuah kekhawatiran yang berkelanjutan. Nalendra (2021) menyampaikan bahwa *sasaeng* merupakan orang-orang yang suka membuntuti ke mana pun NCT pergi, rela membeli informasi dari orang dalam agensi, rela mengeluarkan uang demi mendapatkan nomor pribadi, hingga menelfon anggota NCT ketika mereka sedang melakukan *live* di media sosial. Yang paling parah, NCTzen dikejutkan oleh *sasaeng* yang masuk ke dalam rumah keluarga Haechan dan mengambil foto masa kecil Haechan.

Pada penelitian yang dilakukan Santi dan Sarmini (2023) bahwa *sasaeng* atau fans yang amat sangat fanatik berbahaya bagi kehidupan idol K-Pop. Saking bahayanya, hampir semua agensi melarang penggemar untuk memberikan hadiah kepada artis mereka untuk meminimalisir bahaya penyelinapan oleh *sasaeng*. Dalam konteks *sasaeng* pada *fandom* NCTzen, bahaya adanya *sasaeng* dapat merugikan anggota NCT karena informasi pribadinya akan tersebar yang berakibat muncul fitnah-fitnah terhadap anggota NCT. Selain untuk mendapatkan perhatian atau *ter-notice* oleh member kesayangannya, *sasaeng* memanfaatkan media sosial untuk menjual informasi pribadi dari artis yang ia buntuti untuk memperoleh keuntungan pribadi. Keresahan dari para penggemar terus berlanjut karena *sasaeng*

ini memiliki *power* yang kuat sehingga sulit untuk ditangani, hingga SM Entertainment mengeluarkan *statement* bahwa mereka akan serius menangani artis yang terkena kerugian akibat dari oknum yang menyebarkan berita yang dapat merugikan artis mereka. Temuan postingan tentang *sasaeng* di media sosial X sebagai berikut:

Gambar 46. Sasaeng NCT.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024.)

Gambar di atas menampilkan akun-akun yang diduga sebagai sasaeng karena ciri-ciri mereka yang menjual informasi pribadi idol secara terang-terangan. Akun tersebut menjual informasi dating anggota NCT Jungwoo di platform X dan juga gambar sebelah kanan menunjukkan akun sasaeng terkenal yaitu @angel_wenwen yang memotret para anggota dari Riize yang sebelumnya dirinya terkenal sebagai penguntit member NCT dan kini juga mengikuti anggota Riize. Dari gambar tersebut, dalam wawancara juga disebutkan bahwa sasaeng dianggap sebagai penyebab war, dalam wawancara oleh @gudhegmacha sebagai berikut:

“betull sasaeng bisa menjadi penyebab nya fanwar antar unit karena sasaeang itu dapet berperan mengganggu, mempanas-panas kan isu² yang ada, dan disitulah penyebab terjadinya fanwar antar unit, sasaeng sangatlah mengganggu idol², dia terlalu obses dengan yang di idolakannya, makanya sasaeng harus dimusnahkan”
(Wawancara @gudhegmacha, 2024)

Hasil wawancara menyebutkan bahwa *sasaeng* bisa menjadi penyebab terjadinya *fanwar* antar unit atau sesama NCTzen karena peran *sasaeng* sebagai pengganggu, mendramatisir isu-isu yang ada sehingga disitulah penyebab terjadinya *fanwar* sesama NCTzen. Menurutnya, *sasaeng* sangat mengganggu idol-idol karena terlalu obsesif dengan idol favoritnya sehingga *sasaeng* harus dihilangkan.

Di dalam suatu kelompok tidak mungkin menoleransi penyimpangan yang lebih dari sekadar penyimpangan dari kesatuan kelompok (Cosser, 1956). Tindakan mengerikan dari *sasaeng* yang sangat tidak disukai oleh NCTzen ketika *sasaeng* tersebut menjual informasi seputar artis yang bersangkutan karena banyak merugikan *member* NCT. Tidak ada kata toleransi untuk mereka yang hanya ingin meraup keuntungan dari informasi privasi yang didapatkan. Para *sasaeng* hanya menginginkan uang dari NCTzen. Seperti yang ditunjukkan oleh gambar di atas, ketika menjelajah pada media sosial X, ternyata ada yang berusaha menjual informasi pribadi yang mereka punya kemudian dijual dengan memanfaatkan media sosial X sebagai tempat promosinya. Sebagaimana Trihandayani, dkk (2023) bahwa pemanfaatan media sosial X dianggap efektif karena banyaknya penggemar NCT yang menggunakan media sosial X untuk saling berinteraksi dan bertukar informasi.

Sama seperti yang disampaikan oleh Hanifah dan Kusuma (2023) bahwa media sosial X digunakan oleh *sasaeng* sebagai platform guna berinteraksi dengan penggemar satu sama lain. Interaksi tersebut berupa percakapan biasa, negosiasi, hingga jual beli barang. Pada temuan hasil observasi, ada lima akun yang ditemukan di media sosial X yang berusaha menjual informasi tentang anggota NCT yaitu @angelashou, @Sweetcottonssng, @jiiechel, @chrlyar, dan @snoopywooo_19. *Sasaeng* NCT yang terkenal saat ini memiliki nama Wenwen, ketika ada foto kemudian ada *watermark* bernama Wenwen atau @angel_wenwen itu merupakan *sasaeng* NCT yang sudah di-*approve* oleh NCTzen karena sering membuntuti NCT hingga tur ke luar negeri dan diketahui *sasaeng* tersebut juga membuntuti para anggota Riize.

Sasaeng dianggap sebagai *fans* palsu dan pengkhianat *fandom* yang dapat menghancurkan kelangsungan kelompok (Adhiyansyah, 2021). Cosser (dalam

Maliki, 2012), bahwa konflik sosial pada kelompok internal yang saling bertabrakan dengan tidak mempertimbangkan nilai-nilai dasar yang disepakati dari awal dapat menghancurkan struktur kelompok mereka sendiri. Seseorang yang memutuskan untuk menjadi NCTzen tujuan awal untuk mendukung karena rasa suka sehingga timbul keinginan untuk selalu mendukung tetapi dengan syarat tidak menjatuhkan anggota NCT lainnya karena dari awal sudah disepakati bahwa boleh hanya mendukung salah satu unit saja karena memang tidak semua orang suka dengan semua unit di NCT. Beberapa penggemar mendukung dengan caranya masing-masing seperti membeli album, *streaming music* setiap hari, *voting*, beli tiket konser, dan *fanmeeting* (Ananda, 2021). Itu semua dilakukan sebagai bentuk rasa suka, tetapi NCTzen selalu dihadapkan dengan beberapa oknum yang mengaku fans salah satu unit tetapi masih memberikan ujaran kebencian hingga melakukan hal ekstrem seperti menjadi seorang *sasaeng* yang dapat menghancurkan nilai-nilai dasar yang telah disepakati.

c. Superior Fans

Sikap superior menurut Fadila, dkk (2024) adalah sikap merasa unggul, sempurna, dan sukses untuk menutupi kelemahan yang ada pada diri sendiri tetapi tidak disukai oleh sebagian orang apalagi individu tersebut tergabung dalam suatu kelompok karena sikapnya dapat menghambat suatu rencana. Sesuai dengan pernyataan Coser (1956) bahwa konflik dalam kelompok dekat, salah satu pihak cenderung semakin membenci pihak lain yang dirasakan sebagai ancaman terhadap persatuan dan identitas kelompok Selanjutnya sikap superior atau *superiority complex* menurut tulisan pada siloamhospitals.com (2023) bahwa sikap superior di mana seseorang merasa dirinya merasa paling unggul daripada orang lain namun pada kenyataannya nihil pencapaian. Seseorang yang merasa superior tidak ragu untuk merendahkan orang lain pada beberapa kasus. Ciri-cirinya yaitu mudah untuk merendahkan orang lain, mengunggul-unggulkan kemampuannya, merasa lebih unggul dari segi apapun, enggan menerima pendapat dari orang lain, dan mengabaikan orang lain yang memiliki kemampuan yang lebih darinya. Berikut postingan di media sosial X yang menunjukkan keberadaan superior fans:

Gambar 47. Keberadaan Superior Fans NCT



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024)

Berdasarkan akun di atas, postingan tersebut menampilkan tentang bagaimana dirinya mengungkapkan jika kalimat yang diberi tanda petik pada postingan yang dikirimnya menandakan sikap superior dari seorang fans. Situasi tersebut terjadi setelah pengumuman NCT yang berkolaborasi dengan Starbucks sebagai brand yang masuk dalam daftar boycott global. NCTzen Indonesia merasa memiliki power yang kuat dan beranggapan netizen Korea tidak bisa menggapai prestasi NCT tanpa bantuan NCTzen Indonesia. Sementara itu, pemicu *war* sesama NCTzen selanjutnya menurut wawancara dengan @dhyckst adalah orang yang merasa dirinya paling superior dan paling merasa *support* di unit favoritnya masing-masing. Pernyataan demikian @dhyckst sampaikan melalui wawancara, yakni:

“Biasanya yg memicu adalah orang yg merasa dirinya paling superior dan paling support di unit itu. Ngerasa unit nya paling oke, padahal kl dilihat dari sisi lain perlakuan agensi ke unit NCT itu sama aja. Ditambah perbedaan usia juga, contoh aku amati fans2 yg lebih ke 127 itu rata2 pekerja jd menganggap kpopan sebagai tempat pelarian kl stress dengan kerjanya, kalau fans yg condong ke dream mostly anak2 sekolahan yg untuk kehidupan nyata tuh seperti apa mereka belum mengalaminya.” (Wawancara dhyckst, 2024)

Akun @dhyckst berpendapat jika superior fans merupakan seorang maupun beberapa penggemar yang merasa unit favoritnya paling baik, padahal jika dilihat

dari sisi lain perlakuan agensi ke unit NCT itu sama saja. Ditambah perbedaan usia tiap-tiap fans ketika saling *hype* kegiatan NCT. Informan tersebut mengamati para penggemar yang menjadi Chilizen itu rata-rata pekerja. Jadi, menganggap NCT yang bagian dari K-Pop grub sebagai tempat perlarian ketika stress dengan pekerjaannya. Sedangkan Dreamzen lebih ke anak-anak sekolah yang belum mengerti tentang kehidupan nyata yang belum pernah dialami.

Coser (1956) mengutip dari Simmel yang berargumen bahwa individu yang terlibat dalam konflik bertindak sebagai perwakilan kelompok atau gagasan dan bahwa mereka dijiwai dengan rasa terhormat dan merasa benar karena mereka tidak bertindak atas dasar alasan yang egois. Merujuk pada argumen yang kedua, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya tentang seorang NCTzen yang merasa menjadi superior dan “si paling *support* idol” seringkali tidak bertindak atas dasar alasan yang terkesan egois tetapi dengan kepercayaan dirinya yang menjadi orang yang paling berpengaruh, dirinya akan merasa benar dengan semua tindakannya untuk mendukung NCT. Sahara, dkk (2023) bahwa keluarnya orang-orang yang tidak disukai dalam suatu kelompok akan menstabilkan kembali hubungan antar anggota *fandom*. Kemudian Coser (1956) melihat kelompok yang bertikai dalam jumlah yang relatif kecil, dalam situasi konflik yang akut, dapat mengambil manfaat dari penurunan jumlah anggota, selama penurunan ini memurnikan kelompok tersebut dari unsur-unsur yang cenderung melakukan mediasi dan kompromi.

d. Perbedaan Pendapat dan Pola Pikir

Suatu kelompok bereaksi terhadap ancaman dari luar melalui perbedaan pendapat di dalam diri mereka mengenai jalannya konflik, hal ini menunjukkan bahwa isu yang dipertaruhkan cukup penting untuk diperdebatkan oleh para anggota kelompok (Coser, 1956). *Fanwar* sesama penggemar penyuka K-Pop seringkali dipicu oleh perbedaan pendapat atau sebuah tindakan provokatif dari penggunaan media sosial (Silaban, dkk. 2024). Silaban, dkk (2024) juga menyampaikan bahwa penggemar di media sosial dapat menuliskan pendapat apapun tentang idol favoritnya, kebebasan berpendapat inilah menjadi pemicu konflik dan kontroversi. Penyebab *fanwar* sesama NCTzen berikutnya juga terjadi

karena perbedaan pendapat dan pola pikir antar sesama NCTzen. Menurut dengan apa yang disampaikan oleh Adrelliarosa (2020) pada website Kumparan.com, perbedaan dan pendapat tiap individu dapat menjadi penyebab konflik jika tidak dibarengi dengan rasa saling menghargai pendapat yang ada pada satu sama lain. Perbedaan pendapat dan pola pikir atas satu fans unit tertentu yang berbeda dengan fans lainnya menimbulkan masalah dan memicu pertengkaran antar fans unit. Berikut contoh postingan dari solo stan Taeyong yang mempermasalahkan pola pikir dari NCTzen:

Gambar 48. TaeyongF yang Mempermasalahkan Pola Pikir Beberapa NCTzen



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024)

Pada postingan tersebut, akun dari TaeyongF atau solo stan Taeyong yang mempermasalahkan komentar yang diunggah di media sosial Tik Tok. Postingan tersebut menampilkan tentang komentar-komentar yang mengarah pada kecurigaan NCTzen kepada para member NCT yang mengunggah tentang kepedulian terhadap Palestina. Mereka menganggapnya gimmick saja dan tidak serius serta takut kehilangan penggemarnya. Namun, akun dari solo stan Taeyong heran pola pikir demikian, hal ini dapat memicu *fanwar* berkepanjangan. Sama halnya *fanwar* yang terjadi pada *fandom* NCTzen dikarenakan perbedaan pendapat dan pola pikir pada masing-masing individu yang disampaikan oleh @lesbeacup bahwa:

“Banyak hal yang dapat menjadi trigger dari war antar unit, salah satunya seperti yang sudah saya katakan tadi perbedaan pendapat dan pola pikir atas satu fans unit

tertentu yang berbeda dengan fans lainnya menimbulkan masalah dan memicu pertengkaran antar fans” (Wawancara lesbeacup, 2024)

Berdasarkan yang disampaikan oleh @lesbeacup bahwa salah satu yang bisa menjadikan *trigger* adanya fanwar disebabkan oleh pendapat dan pola pikir dari para penggemar. Perbedaan inilah yang menimbulkan masalah dan memicu pertengkaran antar NCTzen. Hal tersebut kemudian sesuai Coser (1956) bahwa konflik internal terdapat perbedaan pendapat yang tidak dapat ditoleransi, dan pihak yang berbeda pendapat harus dipaksa untuk mundur. Alchatib, dkk (dalam Pambudi dkk., 2023) juga menyampaikan bahwa konten-konten yang diposting pada media sosial dapat mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang karena konten-konten yang dilihat maupun dibagikan dapat membentuk pola pikir berbeda-beda yang dapat mengubah pandangan dan bagaimana menanggapi terhadap suatu isu tertentu. Putri, dkk (2023) menyampaikan bahwa *fanwar* yang sudah semakin parah akan memancing banyak akun penggemar untuk berpendapat dan tidak ragu untuk menyampaikan pandangan pribadinya mengenai isu yang sedang berlangsung. Perbedaan pendapat dan pola pikir tiap individu pada kelompok penggemar NCT menjadi penyebab terjadinya *fanwar* sesama NCTzen. Pada konteks penelitian pada *fandom* NCTzen sebagai masyarakat siber, tentunya mereka saling memiliki argumen untuk suatu hal yang mereka lihat. Menjadi salah satu kelompok penggemar yang besar, tidak sedikit NCTzen yang ikut menyalurkan pendapat ketika menjumpai fenomena dan peristiwa yang terjadi pada kegiatan *fandom*.

Menurut Yulianti (2022) bahwa perbedaan pendapat dan pola pikir tersebut yang sering dijumpai pada proses *fanwar* yang sedang terjadi antara satu akun dengan lainnya, mereka saling adu pendapat hingga salah satu harus mengalah untuk menghentikan *war* yang sedang terjadi. Sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Coser (1956) bahwa dalam kelompok yang melibatkan seluruh kepribadian para anggotanya, konflik internal menjadi lebih mudah dipenuhi dengan unsur-unsur yang tidak realistis. Kemudian konflik internal akan menjadi begitu dalam sehingga menyentuh secara langsung dasar konsensus struktur kelompok. Oleh karena itu, perbedaan pendapat tidak dapat ditoleransi, dan pihak yang berbeda

pendapat harus dipaksa untuk mundur. Hal ini terjadi pada anggota *fandom* NCTzen yang mengalami perbedaan pendapat disaat mencoba melihat suatu isu konflik di dalam *fandom* yang sering menjadi pemicu *fanwar* yang akhirnya harus salah satu yang ada dalam perdebatan tersebut mengalah dan membiarkan terhenti pada pendapat lawannya. Seringkali perbedaan pendapat mengalam

e. Shipper

Budaya *shipping* BxB disebabkan karena adanya *shipper* atau para penggemar yang memasang idolanya dengan sesama jenis layaknya sepasang kekasih hingga menganggap hubungan *bromance* yang sebenarnya lumrah di negara Korea itu kemudian diimajinasikan sampai ke ranah kenyataan dengan konteks yang berbeda. Halusinasi para penggemar tersebut secara bebas tersalurkan pada cerita *alternative universe* (Febriyanti & Ekomila, 2024). Kemudian Febrianti dan Ekomila (2024) menyampaikan jika adanya *shipper* apalagi *shipper* BxB dalam suatu *fandom* mengancam citra anggota *fandom*. Sesuai dengan Coser (1956) yang menyatakan individu dalam kelompok yang suka melawan, mengancam akan meruntuhkan garis batas kelompok yang sudah mapan. Oleh karena itu kelompok harus melawan kelompok tersebut dengan sekuat tenaga karena mereka secara simbolis mengancam, jika tidak dalam kenyataan, keberadaannya sebagai sebuah kekhawatiran yang berkelanjutan. Hal tersebut sama dengan pernyataan dari wawancara dari akun @strawdery_, pemicu *war* antar fans unit dikarenakan adanya *shipper*. Menurutnya, *war* ini dikarenakan banyak di *fandom* NCTzen yang merasa idol *shipping* idol menjadi paten. Kemudian banyak yang suka kompor seperti *out of nowhere* yang menyampaikan kejelekan dari salah satu member. *Shipper* dimaksudkan untuk penggemar yang membuat *couple* antar sesama idol dengan menamai mereka dengan singkatan nama dari kedua idol yang dipasangkan.

Dalam website strawpoll.com yang ditulis oleh Krambs (2024) sebuah website *polling* menunjukkan *fandom* NCTzen sendiri memiliki *ship* BxB yang paling populer tiga diantaranya ada MaHae (Mark dan Haechan), JaeYong (Jaehyun dan Taeyong), Norenmin (Jeno, Renjun, Jaemin), kemudian populer selanjutnya ada NoJaem (Jeno dan Jaemin) dan JohnTen (Johnny dan Ten). Fenomena tersebut

juga sebenarnya meresahkan anggota *fandom* karena BxB berkaitan dengan hubungan sesama jenis apalagi di Indonesia norma dan nilai tentang hubungan sesama jenis dianggap tabu dan tidak sesuai ajaran agama mayoritas di Indonesia yaitu Islam. Para *shipper* tersebut berimajinasi liar tentang dua idol yang mereka pasangkan dan paling parah hingga dibawa ke ranah *real life*. Postingan tentang *shipper* pada media sosial X sebagai berikut:

Gambar 49. Postingan tentang shipper.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024.)

Menurut hal yang disampaikan oleh Putri (2021) yang mengungkapkan bahwa di industri K-Pop, fenomena *shipping* GxG dan BxB terjadi pada *boygroup* dan *girlgroup* yang memiliki banyak *fangirl* (penggemar perempuan) yang tertarik dengan percintaan antar lesbian dan homo. Sama halnya yang disampaikan oleh Febrianto (2023) dalam tulisannya yang dimuat pada kpopchart.net, para shipper akan melakukan hal apapun termasuk hal nekat dan jahat demi mendukung ship mereka agar tetap berlayar. Dalam *fandom* NCTzen terdapat dua jenis *shipper* yaitu BxB dan BxG. Kelompok BxG sebenarnya dianggap normal karena memasangkan idol laki-laki dan perempuan sebagai pasangan, namun tidak luput dari teguran dan menyebabkan *fanwar*. BxG dianggap sebagai merusak hubungan teman antara idola laki-laki dan perempuan sehingga minim interaksi ketika berada di depan kamera.

Menurut Katia (2023) dalam situs Quora.com yang membuat budaya *shipping* sesama jenis itu bermasalah dikarenakan idol yang dipasangkan sesama jenis belum tentu bagian dari LGBTQ. Idol-idol tersebut bisa saja heteroseksual tetapi para penggemar mefantasikannya sebagai seorang homoseksual. Dalam

pembahasan penyuka BxB ini, banyak penikmat BxB yang menyalurkan hobinya tersebut dengan menerbitkan AU (*alternative universe*), membuat editan seolah-olah keduanya punya hubungan karena ada budaya *bromance* yang dianggap wajar di sana, dan berimajinasi dengan moment kedua idola yang didapati sedang berinteraksi satu sama lain. *Shipper* ini dianggap memperburuk image idol sesuai dengan apa yang disampaikan Katia (2023) karena atensi para *shipper* bukan pada kegiatan bernyanyi, menari, dan kemampuan idol lainnya tetapi atensi mereka pada kedekatan antar keduanya yang sebenarnya hanya sebagai teman dekat dengan pekerjaan yang sama-sama menjadi idol. Kemudian, wawancara dari akun NCTzen mengatakan bahwa *shipper* menjadi penyebab adanya konflik di dalam NCTzen, yakni:

“khusus di fandom nctzen tuh paling sering banget adalah setiap fans antar unit berlomba lomba biar unitnya dicap sebagai unit yg paling suka kena mistreatment, yg faktanya mereka udah dapet bare minimum sebagai grup idol tp fans nya merasa gapernah selalu puas. trus war karna *shipper* juga adaa karna di nct nih bershipper *shipper* jd berasa *shipper* nya paten, trus yaaa pada suka kompor aja sih kayak out of nowhere bilang yg jelek tentang salah satu member gitu” (Wawancara strawdery_, 2023)

Menurut @strawderry dalam wawancara tersebut, *shipper* menjadi penyebab *fanwar* karena suka mengompori atau memicu NCTzen lain untuk berkomentar dan pembahasan mereka yang di luar dari ranah penggemar dan selalu menjelek-jelekkkan tentang salah satu member. Wawancara tersebut sama dengan pembahasan sebelumnya namun pada wawancara ini ada kalimat yang mneyatakan bahwa *shipper* menjadi salah satu juga yang menjadi penyebab adanya *fanwar* sesama fandom NCTzen. Wawancara lain dari akun @chiesmiez juga mengatakan jika *shipper* menjadi pemicu terjadinya *fanwar* sesama NCTzen, yakni:

“Antar *shipper*. karna *shipper* bxb nct mayan banyak yaa jadi ada yg gamau biasanya berinteraksi sama idol tsb karna bakal dikaitin sama ship. terus kalau ada salah 1 momen kapal, stan kapal lain nih bikin hate speech dan jadi ribut. padahal kek yaudah bawa santai aja kalo gasuka gausah komen. kan semua kapal juga halu ga sih” (Wawancara @chiesmiez, 2024)

Penjelasan dari @chiesmiez bahwa shipper menjadi penyebab keributan di fandom NCTzen karena banyak oknum shipper BXB atau shipper homo yang tidak ingin jika dua idol yang mereka jodoh-jodohkan berinteraksi dengan idol lain karena akan selalu dikaitkan dengan idol favorit mereka. Kemudian, jika ada moment dari dua idol yang dijodohkan, itu akan memicu adanya hate speech dari non shipper. Yang dipermasalahkan oleh akun @chiesmiez ketika para NCTzen menebar kebencian dan lebih baik jika dibawa biasa saja tidak perlu berkomentar jika tidak suka karena semua kapal dari para shipper sifatnya hanya halusinasi atau tidak nyata.

Kemudian jika dibaca menggunakan perspektif Coser (1956) mengemukakan bahayanya keberlangsungan suatu kelompok sosial jika suatu konflik membelah kelompok, sehingga kelompok tersebut terbagi menjadi dua kubu yang saling bermusuhan. Konflik yang terjadi dalam kelompok yang berdekatan maka perpecahan kemungkinan besar akan terjadi dan akan mempertanyakan kesepakatan dasar yang disepakati bersama. Dalam hal ini, sebenarnya shipper membahayakan bagi keberlangsungan NCTzen yang menaati kesepakatan dasar yang disepakati bersama seperti mendukung member NCT sewajarnya, tidak membuat ship BxB karena hal tersebut berkaitan dengan norma masyarakat yang isunya tidak hanya pada lokal tetapi menduni, tidak melakukan ujaran kebencian terhadap idol, dan lain sebagainya. Dalam membahas tentang shipper, NCTzen terbagi menjadi dua kubu yang cenderung saling tidak menyukai satu sama lain. Kelompok *shipper* merasa tidak bebas untuk meng-*hype* pasangan kapal favoritnya, sedangkan non-shipper merasa terganggu dengan keberadaan para *shipper* BxB karena pikiran liarnya yang berdampak pada *image* anggota NCT.

3. Internal NCT

a. Haechan di Dua Unit

Letwory dan Sihombing (2023) menyebut bahwa penyebab *fanwar* di media sosial X juga karena membuat cuitan yang menjatuhkan idola dari penggemar lain. NCTzen terkenal dengan *fandom* dengan loyalitas tinggi tetapi tidak sedikit pula yang menuliskan ujaran kebencian kepada para anggota NCT yang bukan idola

favoitnya (Ananda, dkk. 2021). Menurut Sandrillah dan Wahyunengsih (2023), sikap iri dan kecemburuan terhadap idol yang bukan bias-nya dapat menyebabkan *fanwar* antar unit, padahal diketahui Chilzen serta *fandom* lainnya yang sama-sama NCTzen tergolong satu kelompok yang dekat. Coser (1956) mengungkap jika keberlangsungan hubungan kelompok berpotensi menimbulkan perpecahan jika konflik membelah kelompok menjadi dua kubu dalam kelompok dekat. Sama halnya konflik yang diakibatkan oleh internal NCT yaitu anggota NCT Haechan diketahui bergabung dengan dua unit NCT, tergabung di NCT 127 dan NCT Dream bersama Mark. Hal ini dapat menjadi pemicu karena ada penggemar yang menyukai Haechan maupun Mark hanya di salah satu unit saja. Hal inilah yang membuat NCTzen merasa aneh dengan keputusan penggemar tersebut karena Haechan dan Mark adalah orang yang sama ketika berada di kedua unit tersebut. Mark yang bertugas sebagai *rapper* dan Haechan di posisi vokalis yang memainkan *high note* di setiap lagu yang dikeluarkan oleh kedua grup tersebut.

Namun, peran mereka di kedua grup memang berbeda. Ketika berada di NCT 127 Mark dan Haechan menjadi anggota termuda, di mana tanggung jawab sepenuhnya diambil oleh Taeyong sebagai *leader* dari NCT secara keseluruhan dan juga pada NCT 127. Sedangkan pada NCT Dream, Mark sebagai *leader* dan Haechan sebagai *hyung line*¹⁰ yang pasti harus mengayomi anggota yang lebih muda di bawahnya. Pemicu *fanwar* disebabkan oleh Haechan berada di dua unit disampaikan oleh @naynay_66 pada wawancara, yaitu:

“Paling sering di timeline aku ya, karena haechan ada di 2 unit, jadi dreamzen sama chilzen kaya ga akur.” (Wawancara naynay_66, 2023)

Berdasarkan wawancara dengan akun @naynay_66 yang merupakan seorang solo stan Haechan yaitu Sunflower tetapi mendukung semua unit di NCT mengatakan bahwa pemicu terjadinya *war* antar unit di *fandom* NCTzen karena Haechan berada di dua unit. Haechan seringkali menjadi target ujaran kebencian

¹⁰ Hyung line merupakan sebutan untuk anggota yang masuk dalam jajaran anggota tertua, “Hyung” dari bahasa Korea yang artinya panggilan untuk laki laki ke kakak laki-laki. Haechan termasuk dalam jajaran anggota tertua karena urutan umur dari tujuh anggota, dirinya berada di urutan keempat sehingga tiga orang setelahnya tergabung dalam dongsaeng line atau jajaran para adik.

karena bergabung pada dua unit tetap NCT. Karenanya, jadwal bersama NCT Dream dirasa sangat kurang dan dianggap hanya mengutamakan kegiatannya di NCT 127. Seringkali NCT Dream melakukan aktivitas grubnya dengan lima orang anggota saja ketika jadwal NCT Dream dan NCT 127 berbareng karena Mark dan Haechan akan bergabung dengan NCT 127. Hal tersebut tidak lain karena aturan dari agensi tetapi Dreamzen akhirnya menganggap NCT 127 sebagai anak emas agensi. Kemudian bentuk pembelaan terhadap Haechan dan Mark dalam postingan milik @Crimsonsuunset:

Gambar 50. Postingan akun @Crimsonsuunset.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2023.)

Kemudian untuk gambar di atas merupakan postingan yang dibagikan oleh @Crimsonsuunset yang kesal dengan pernyataan dari satu akun yang menyebutkan Mahae (Mark dan Haechan) agar bisa di satu unit saja karena keberadaan mereka di kedua unit menyebabkan *war*. Hal ini kemudian memicu kemarahan yang menyoroti kalimat-kalimat yang digunakan @K4dalCrocodile yang dianggap memperkeruh suasana *fandom*. Seperti yang disampaikan oleh Lestari dan Kusuma (2023) bahwa keberadaan kelompok yang selalu protes dan seolah-olah tidak menerima semua hal yang terjadi di luar ekspektasinya menjadi pengganggu di dalam suatu kelompok. Kondisi ini, sama seperti pendapat Coser (1956) bahwa masyarakat yang selalu menekan konflik sehingga selalu menjurus kepada pengambinghitaman, kelompok seperti itu memang terus-menerus mencari musuh, karena kohesi dan keberadaannya merusak hubungan di dalam kelompok. Berikut postingan tentang satu akun yang memperkeruh suasana *fandom*:

Gambar 51. Postingan akun @gomdodmog.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2023.)

Hasil dari observasi selanjutnya ditemukan bahwa penggemar yang hanya menyukai Haechan di salah satu unit merupakan suatu keanehan bagi sesama penggemar Haechan baik itu di NCT Dream maupun NCT 127. Haechan di kedua unit NCT tersebut adalah orang yang sama, sehingga aneh rasanya jika ada Sunflower menjadi bercabang baik cabang Chilzen maupun Dreamzen. Dalam gambar tersebut, akun @gomdodmog memberikan suatu bukti pada satu postingan yang sudah tidak tersedia bahwa akun @sugarbestieeee pernah mengatakan bahwa Sunflower Dreamzen itu aneh. Sunflower Dreamzen dimaksudkan untuk solo stan Haechan ketika berada di NCT Dream.

Gambar 52. Postingan akun @haelohaechi.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2023.)

Tentang Sunflower yang ada pada salah satu unit juga ada pada postingan milik @haelohaechi. Bahwa persoalan Sunflower cabang menurutnya tidak perlu dipermasalahkan karena Sunflower seharusnya tidak mempunyai cabang. Sunflower adalah *supporter* Haechan, di mana pun dan kapan pun dia berada. Jika Haechan sedang bersama WayV juga tetap harus mendukung Haechan. Kemudian kalimat terakhir menunjukkan jika ketika ada Sunflower cabang itu condong ke *support* unitnya. Kemudian, meredam konflik dengan tidak mendramatisir masalah kecil, konflik tersebut tidak akan berkepanjangan dan sedikit orang yang berpartisipasi dalam fanwar (Fitria, 2022). Hal tersebut sesuai pada Coser (1956) mengemukakan jika dalam hubungan dekat, meskipun sering menimbulkan konflik, ada hal yang menunjukkan kecenderungan untuk meredam konflik tersebut. Ekspresi langsung dari perasaan permusuhan dapat menjadi sumber integrasi. Mengutip proporsi Simmel, bahwa sejauh konflik adalah penyelesaian ketegangan antara pihak-pihak yang bermusuhan, maka konflik mempunyai fungsi menstabilkan dan menjadi komponen yang menyatukan hubungan.

Berikut tabel ringkasan dari faktor-faktor dan penyebab terjadinya *fanwar* sesama NCTzen di Media Sosial X:

Tabel 2. Faktor-faktor dan Penyebab Terjadinya *Fanwar* Sesama NCTzen.

No.	Faktor-Faktor	Penyebab
1.	Agensi/ Menejemen	1. Agensi membuat <i>fandom</i> di dalam <i>fandom</i> . 2. Tiap-tiap unit mendapatkan <i>treatment</i> promosi yang tidak serupa.

		<p>3. Penggemar merasa ada <i>mistreatment</i> dari agensi sehingga unit idolanya tidak sama dengan unit lainnya yang akhirnya merasa unit kesayanganya dianaktirikan.</p> <p>4. Jadwal antar unit yang berbeda dan tabrakan.</p>
2.	<i>Fandom</i>	<p>1. Adanya oknum-oknum toxic penebar <i>hate speech</i> kepada <i>idol</i> dan sesama penggemar.</p> <p>2. Adanya <i>sasaeng</i> si penguntit para anggota NCT yang membuat geram para penggemar.</p> <p>3. Adanya penggemar yang merasa menjadi superior fans.</p> <p>4. Perbedaan pendapat dan pola pikir tiap-tiap penggemar di dalam <i>fandom</i> NCTzen.</p> <p>5. Adanya penggemar yang menjadi <i>shipper</i> BXB maupun BXG di dalam <i>fandom</i> NCTzen.</p>
3.	Internal NCT	<p>1. Tergabungnya Haechan dan Mark di dua unit NCT yaitu NCT 127 dan NCT Dream.</p>

B. TUJUAN *FANWAR* SESAMA NCTZEN SEBAGAI BENTUK KONFLIK REALISTIS

Setiap *fanwar* yang terjadi pada *fandom* mana pun termasuk NCTzen memiliki suatu tujuan tersendiri baik itu untuk kepentingan pribadi maupun kelompok (Lestari & Kusuma, 2023). Coser (1956) membahas perbedaan antara konflik “realistis” dan konflik “non realistis”. Konflik-konflik non-realistis diakibatkan oleh kebutuhan salah satu pihak antagonis untuk melepaskan ketegangan. Di sini konflik merupakan tujuan akhir, dan tidak perlu diorientasikan pada pencapaian hasil tertentu. Ini pada dasarnya merupakan respons terhadap rasa frustrasi di mana objek tersebut tampak cocok untuk melepaskan agresivitas. Tidak ada alternatif selain cara tersebut, meskipun sasaran permusuhan dapat dengan mudah berubah. Kemudian konflik-konflik yang muncul karena frustrasi terhadap tuntutan-tuntutan tertentu dan dilakukan sebagai sarana untuk mewujudkannya atau memiliki tujuan tertentu adalah konflik-konflik yang “realistis”. Konflik realistis akan berhenti jika aktor dapat menemukan cara alternatif untuk mencapai tujuannya. Konflik realistis memiliki tujuan tertentu dan tujuan-tujuan sesama NCTzen melakukan konflik sosial di ranah siber antara lain untuk,

1. Meluapkan Kekesalan

Meluapkan kekesalan berhubungan erat dengan kepentingan yang bersifat pribadi, kekesalan atau marah adalah emosi manusia terjadi ketika merasa kecewa, tertekan, dan terancam. Marah merupakan cara yang tepat untuk meluapkan emosi (Lestari, 2023). Simmel (dalam Coser, 1956) membedakan dua jenis konflik salah satunya konflik yang tujuannya bersifat pribadi dan subjektif. Kemudian, jika penyaluran emosi itu kepada orang lain dan jatuhnya dapat merugikan orang lain maka disebut sebagai *displaced anger*; *displaced anger* dapat berupa kemarahan yang dapat memantik masalah-masalah baru karena peluapan kekesalan yang tidak pada tempatnya (Langit, 2022). Pada pembahasan ini, tujuan *fanwar* antar sesama NCTzen untuk meluapkan kekesalan yang terjadi pada individu-individu. Bentuk penyaluran emosi melalui ketikan pada cuitan yang dibuat oleh akun yang melakukan agenda *war* yang dapat mengganggu citra idol dan penggemarnya hanya

karena ingin menyalurkan emosi kepada orang dan tempat yang salah. Sesuai dengan wawancara yang dilakukan kepada @chowkibear, mengatakan:

"Pertanyaan bagus yang saya juga bingung jawab nya. Menurut saya tujuan nya sih cuman meluapkan kekesalan aja. Seberapa besar pun *fanwar* itu, gaakan pernah mengubah keputusan dari agensi. Jadi buang2 waktu. Makanya saya gapernah mau ikut campur. Cukup tau aja." (Wawancara chowkibear, 2024)

Media sosial menjadi arena seseorang untuk berani mengungkapkan apa yang dirasakan seperti memberikan komentar jahat karena identitas aslinya terjaga, dan hal tersebut berbeda ketika di dunia sebenarnya (Makarim, 2022). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Purwandari (2023) bahwa para penggemar K-Pop memanfaatkan X sebagai media untuk katarsis (pengungkapan/penyaluran/pelepasan emosi) dengan cara menuliskan postingan tentang emosi marah yang sedang dialami. Katarsis dilakukan di media sosial X beralaskan merasa lebih privat, bebas, aman dan nyaman. Sebagaimana Coser (1956) bahwa tidak ada masyarakat di mana klaim antagonis apa pun bisa diungkapkan dengan segera, butuh media lain untuk penyaluran antagonisme seperti pengungkapan rasa yang saling bertentangan.

Masyarakat menggunakan mekanisme untuk menyalurkan ketidakpuasan dan permusuhan sambil tetap menjaga keutuhan hubungan di mana antagonisme muncul (Coser, 1956). Pada konteks penelitian ini, NCTzen di media sosial X akan merasa aman ketika memberikan ketikan jahat, kasar, keras, dan menyakitkan kepada seseorang baik itu sesama fans maupun ke anggota NCT. Dengan meluapkan kekesalannya, seseorang akan menjadi lebih lega dan tenang karena merasa sudah melepaskan hal yang membuatnya resah. Menurut website halodoc.com emosi negatif ketika tersalurkan akan membuat seseorang lebih bahagia walau akhirnya dirinya akan merasa bersalah ketika menyadari hal yang telah dilakukan. Ketika kekesalan dipendam, itu hanya menjadi "bom waktu" yang bisa meledak setiap saat. Maka terbiasa menyampaikan hal-hal yang tidak disukai membuat hubungan sosial lebih tenang dan juga bahagia.

2. Kepuasan Batin

Kepuasan adalah suatu keadaan di mana pikiran ketika kebutuhan dan keinginan terpenuhi yang merupakan kepuasan batin seseorang yang tidak terjebak pada suatu keadaan yang tidak disukai (Goal, 2020). Penggemar yang sudah pada tahap terlalu dalam menyelami apa yang ia sukai, banyak hal yang dicoba hingga pada akhirnya mendapatkan yang sesuai diincar untuk memberikan sebuah kepuasan batinnya, salah satunya turut melakukan *fanwar* (Utami, Sitasari, & Rozali, 2023). Kemudian Coser (1956) melihat bahwa konflik tidak selalu mengarah pada permusuhan, tetapi bisa digeser pada pemuasan kebutuhan yang ditunjukkan oleh penemuan objek pengganti tersebut. Dalam hal ini, tujuan *fanwar* sesama NCTzen disampaikan oleh @mouleety pada wawancara pada media sosial X. Tujuannya untuk kepuasan batin karena dikehidupan sesungguhnya, akun yang melakukan *fanwar* kurang mendapat perhatian sehingga haus validasi. Jadi, ketika ada yang sependapat dengan apa yang disampaikan, batinnya akan puas dan semakin jumawa. Menurut @mouleety orang yang melakukan *war* punya penyakit hati sehingga kurang kerjaan berupa mencari-cari kesalahan orang terus menerus. Dalam wawancaranya sebagai berikut:

"*Fanwar* ada buat kepuasan batin karna mungkin di rlnya kurang perhatian(?) Harus validasi juga, jd kalo misal ada yg sependapat sama dia pasti batinnya puas dan makin jumawa dan emang penyakit hati aja jd kurang kerjaan nyari2 kesalahan orang terus." (Wawancara mouleety, 2024)

Postingan-postingan yang menyebabkan *fanwar* identik dengan kata-kata yang kurang enak untuk dibaca dan cenderung menggunakan kata-kata yang kasar dan tidak sesuai. Sesuai dengan unggahan pada website alodokter.com, memendam emosi marah dapat membahayakan tubuh yaitu dapat melemahkan kekebalan tubuh, kecemasan yang berlebih, depresi, hingga dapat terkena penyakit kronis (Nareza, 2020). Maka dari itu, kata-kata tersebut sebagai penyaluran emosi yang sudah tidak bisa dipendam lagi di dalam hati. Ketika seseorang tidak bisa

menyalurkan emosi dengan baik berpotensi mengalami suatu gangguan kesehatan mental yang dapat mengganggu diri sendiri.

Selanjutnya, Coser (1956) melihat suatu konflik akan berhenti jika aktor telah mendapatkan hasil akhir. Hal tersebut sama dengan apa yang dilakukan oleh *sasaeng* yang melakukan apa pun demi kepuasannya agar dapat bertemu, berbicara, dan dekat dengan idol yang disukainya. Kepuasan tersebut dicapai dengan cara yang berbahaya, bahaya untuk dirinya sendiri dan juga artis. *Sasaeng* akan berhenti ketika tujuannya sudah terpenuhi. Contohnya, *sasaeng* juga berani berkomentar negatif agar mendapatkan *notice* dari idol favoritnya, ketika telah ter-*notice* oleh idolnya, aksinya akan berhenti lebih awal (Maulana & Muliati, 2023).

3. Keadilan

Aristoteles (dalam Hasibuan, 2023) mendefinisikan keadilan sebagai suatu tindakan yang memberikan sesuatu kepada suatu pihak sesuai dengan hak yang dimilikinya. Pada konteks pembahasan kali ini, tujuan *fanwar* sesama NCTzen berikutnya yakni mengenai keadilan yang diinginkan oleh masing-masing *fandom* unit yang semata-mata bukan untuk kepentingan pribadi. Kemudian Coser (1956) berpendapat kelompok yang mementingkan hak dan sistem nilai, mereka dijiwai dengan rasa terhormat dan merasa benar karena mereka tidak bertindak atas dasar alasan yang egois. Menurut hasil dari wawancara yang ditanyakan kepada @chiesmiez bahwa tujuan *war* antar fans unit dikarenakan memperjuangkan hak bias-nya untuk mendapatkan apa yang seperti unit NCT lainnya dapatkan. Hal ini bisa merujuk pada iri dengki antar fans unit. Bisa juga dikarenakan memiliki dendam kesumat dengan idol selain bias-nya atau memang menyukai keributan dan memutar balikkan fakta. Dalam wawancaranya, sebagai berikut:

"karna mau biasanya dapet apa yg orang lain dapet a.k.a iri, emang dendam kesumat sama si idol itu, atau emang suka keributan jadi ngetwist sana sini" (Wawancara chiesmiez, 2024)

Sama seperti yang disampaikan oleh akun @berrypinkeudery yang merupakan seorang WayZenNi bahwa *fanwar* sesama NCTzen bertujuan untuk meminta keadilan dan membela idol yang mereka sukai sebagai bentuk

perlindungan. Hal yang sama lagi disampaikan oleh @brightsunxx yang memberi pendapat bahwa tujuan *fanwar* hanya untuk pembelaan terhadap biasnya. Para penggemar rela untuk membela mati-matian untuk biasnya agar menetralsir *hate speech* yang menimpa idol favoritnya.

"Menurut saya tujuan war yang mereka lakukan adalah salah satu bentuk untuk meminta keadilan dan membela idol yang mereka sukai sebagai bentuk perlindungan" (Wawancara berrypinkeudery, 2024)

Menurut wawancara yang dilakukan kepada @brightsunxx bahwa *fanwar* sebenarnya secara garis besar adalah membela idolanya masing-masing. Apalagi dengan adanya hubungan parasosial antara idol dan penggemar sangat dominan terjadi di dunia peridolaan terutama pada K-Pop. Hal ini menyebabkan fans merasakan kedekatan yang sangat intens dengan idolanya, sehingga muncul rasa posesif dan keinginan untuk menjadi yang paling tahu idolanya. Kemudian, ketika idolanya disinggung atau terlihat diperlakukan sedikit tidak adil, fans akan protect idolanya secara agresif yang menjadikan adanya gesekan dalam sebuah *fandom*. Selain membela, *fanwar* juga menjadi ajang untuk memenuhi ego mereka sebagai fans. Akun @brightsunxx menyampaikan bahwa:

"Tujuan *fanwar* sebenarnya secara garis besar adalah membela idolanya masing-masing. Apalagi zaman sekarang hubungan parasosial antara fans dengan idola sangat dominan terjadi dalam dunia peridolaan terutama K-pop. Hal ini menyebabkan fans merasakan kedekatan yang sangat intens dengan idolanya, sehingga muncul rasa posesif dan keinginan untuk menjadi yang paling tahu idolanya. Kemudian, ketika idolanya disinggung atau terlihat diperlakukan sedikit tidak adil, fans akan *protect* idolanya secara agresif yang menjadikan adanya gesekan dalam sebuah *fandom*. Selain membela, fanwar juga menjadi ajang untuk memenuhi ego mereka sebagai fans." (Wawancara brightsunxx, 2024)

Kemudian sama halnya yang disampaikan oleh akun @Veymatcha bahwa:

"Untuk membela idol mereka sih lebih tepatnya, terus juga kan kalo fanwar gitu suka ada fitnah atau yang ditambah tambahin jadi marah lah jadi tujuannya buat membela sih" (Wawancara @Veymatcha, 2024)

Coser (1956) menyebutkan jika garis pembedaan yang tajam antara pihak-pihak yang bermusuhan sehingga masing-masing pihak cenderung berusaha mengalahkan pihak lain melalui perjuangan yang intensif. Perjuangan secara intensif dilakukan ketika mendengar idol kesayangannya mendapatkan ketidakadilan dari agensi. Para penggemar seringkali meributkan hal-hal yang dianggap tidak adil dan tidak sesuai dengan yang mereka harapkan, namun agensi tidak menanggapi dan tidak melakukan klarifikasi. Tentang memperjuangkan keadilan juga disampaikan oleh akun @dhykst dalam wawancara tentang hal yang dapat menghentikan protes NCTzen kepada agensi, yaitu:

"Solusinya dari agensi sendiri yg harus adil dengan *all unit* NCT selama agensi nya masih sama aja ya tetep bakal gini2 aja" (Wawancara dhykst, 2024.)

Menurut @dhykst, solusi untuk meredam konflik antar unit melalui agensinya sendiri yang harus adil dengan semua unit NCT. Menurut website Koreaboo.com (2023) bahwa ketidakadilan merujuk pada ketidaksetaraan *treatment* antara satu anggota dengan anggota yang lain dan ternyata hal tersebut ter-notice oleh penggemar. Akhirnya memicu konflik internal yang mempertanyakan keadilan-keadilan yang di dapat oleh idol kesayangannya dan menuntut agensi bertindak secara adil untuk memenuhi hak-hak seluruh anggota NCT secara merata, seperti pembuatan konten, pemilihan kostum, jadwal kegiatan, hingga hal-hal seperti diundang ke acara artis di luar agensi. Jika dilihat dari Coser (1956) adanya konflik kemungkinan akan menjadi elemen pemersatu bagi pihak-pihak yang bertikai ketika kedua belah pihak mempunyai tujuan yang sama. Tujuan yang sama itu dalam hal ini ketika bersama-sama satu fandom unit memperjuangkan suatu hak yang seharusnya didapatkan juga oleh grup unit favoritnya.

4. Mengedepankan Ego

Egoisme didefinisikan sebagai sifat, sikap, dan perbuatan yang didasari oleh kepentingan untuk diri sendiri. Akibatnya, egoisme menyebabkan ketegangan, sikap saling benci, dan munculnya rasa permusuhan (Rasyidi, 2020). Coser (1956) yang mengutip gagasan Simmel yang membedakan dua jenis konflik salah satunya konflik yang tujuannya bersifat pribadi. Sama seperti yang dikatakan oleh akun

@lesbeacoup yang menyampaikan bahwa tujuan *fanwar* yaitu saling mengedepankan kepentingan pribadi dan pendapatnya masing-masing menjadi tujuan *fanwar* antar sesama NCTzen. Mendapatkan validasi ketika mengungkapkan pendapat di muka publik memiliki rasa kebanggaan tersendiri terutama pada saat *fanwar* yang mengedepankan pendapat masing-masing agar terlihat unggul dengan lainnya. Kebiasaan ini terus berlangsung hingga meredanya *fanwar* antar sesama NCTzen. Pada wawancara @lesbeacoup berpendapat:

“Tujuan mereka fanwar sebenarnya tidak lain dari sekedar mengedepankan ego dan pendapat mereka sendiri.” (Wawancara lesbeacoup, 2024)

Hal tersebut sesuai dengan yang disampaikan Coser (1956) yaitu tindakan-tindakan yang sebenarnya mengarah pada tujuan pribadi, akan memusatkan perhatian pada satu tujuan dan menyatukan kekuatan untuk tindakan-tindakan bersama dalam satu arah. Individu yang mempunyai perasaan bahwa mereka “mewakili” tujuan kelompok, bahwa mereka mewujudkannya, akan lebih siap untuk menanggapi daya tarik yang bersifat impersonal. Pada media sosial X, penggemar yang menuliskan opini yang bertujuan untuk mengedepankan ego akan merasa senang jika mendapat banyak *retweet* dan *likes* (Lestari & Kusuma, 2023). Merasa bahwa dirinya telah mewakili tujuan kelompok dan berhasil untuk mewujudkannya karena telah mendapatkan banyak validasi dari berbagai akun yang satu tujuan dengannya.

C. SAFETY VALVE (KATUP PENYELAMAT) DALAM FANWAR SESAMA NCTZEN

Safety valve atau katup penyelamat adalah mekanisme khusus yang bisa diterapkan guna mempertahankan kelompok dari kemungkinan konflik-konflik sosial. Fungsi dari katup penyelamat sebagai jalan keluar pengungkapan rasa ketidakpuasan terhadap struktur dan sistem sosial (Coser, 1956). Setiap permasalahan yang dialami suatu kelompok diharapkan memiliki resolusi konflik agar konflik tidak berkepanjangan (Wulandah, 2023). Namun, di dalam *fandom* NCTzen ini memang terkenal dengan fans unit yang tidak akur satu sama lain. Dalam waktu dekat selalu ada peristiwa unik yang memicu keributan dan pada

akhirnya *fanwar* biasa berakhir sendiri tanpa ada penyelesaian apa pun dari pihak lain.

Peminimalisiran konflik yang ada pada teori konflik Coser (1956) dikenal dengan katup penyelamat atau *safety valve*. Katup penyelamat menjadi pembahasan terkenal dari teori konflik milik Lewis A. Coser tentang konflik dan gesekan sosial yang berfungsi sebagai jalan keluar dari suatu permusuhan yang ada pada kelompok sosial yang saling bertentangan dalam kasus tertentu (Haryanto, 2012). Coser (dalam Arisandi, 2015) disebutkan bahwa ketika suatu gesekan sosial atau permusuhan semakin pada titik puncak, maka dari itu diperlukan sebuah cara atau katup penyelamat yang dapat meredakan konflik yang terjadi. Sama halnya yang dituliskan oleh Piter, dkk (2022) dalam artikelnya bahwa bagi Coser, *safety valve* merupakan tawaran terbaik untuk melakukan resolusi konflik karena diyakini *safety valve* atau katup penyelamat ini menjadi salah satu mekanisme khusus yang digunakan guna mempertahankan kelangsungan kelompok dari konflik sosial yang terjadi.

Fungsi konflik dalam masyarakat dan hubungan yang tidak terlalu rumit pada dasarnya serupa. Hubungan dekat, meskipun sering menimbulkan konflik, menunjukkan kecenderungan untuk meredam konflik tersebut (Coser, 1956). Kemudian, data yang diperoleh selanjutnya pada wawancara yang dilakukan kepada informan ketika ditanyakan tentang penyelesaian atau solusi dari *fanwar* antar sesama NCTzen, sebagian besar menjawab tidak ada solusi yang bisa mengatasi adanya *fanwar* kecuali dari diri sendiri yang bisa meminimalisir mengirim cuitan buruk yang bisa menyakiti atau menghina idol dan sesama penggemar. Trihandayani, dkk (2023) *fanwar* dengan penyampaian yang sopan sulit untuk dilakukan karena tiap-tiap individu sangat merasa bebas menyampaikan pendapat di media sosial X. Berharap penggunaan kata-kata yang sopan lebih diutamakan ketika penyampaian protes. Tetapi dalam lapangan, jarang ditemukan akun-akun yang protes kepada agensi menggunakan bahasa yang baik dan benar. Rata-rata penggunaan bahasa sehari-hari dengan sindiran sebagai bentuk kekecewaan kepada agensi hingga penggunaan kata-kata kasar kepada sesama

penggemar yang tidak saling kenal. Di balik sulitnya menghilangkan *fanwar*, sebenarnya ada alternatif yang cukup sulit dilakukan yaitu dengan kesadaran diri sendiri yang tidak menjadi bagian dari *fanwar*. Sesuai dengan pernyataan akun NCTzen @mouleety dan @brightsunxx dalam wawancara yaitu:

"Menurut ku gaada sih, karna pasti ada aja orang yg sumbu pendek di tiap *fandom* jadi paling kalo masih mau waras di skip aja tiap ada yg mancing war wkwkwk" (Wawancara mouleety, 2024)

Sama halnya dengan akun @mouleety, akun @brightsunxx juga berpendapat bahwa:

"iya, sebenarnya bisa ada penyelesaian kalau tiap individu bisa bijak. tapi ya itu tadi, fandom kan luas, jadi mungkin sulit." (Wawancara brightsunxx, 2024)

Simmel (dalam Coser, 1956) jika hubungan tidak memberikan ruang bagi penegasan sikap-sikap yang saling bertentangan, penarikan diri adalah satu-satunya jalan keluar. Sebesar apa pun konflik yang bahkan mustahil untuk diselesaikan akan memiliki suatu jalan keluar yang walau sulit untuk dilakukan tetapi hal tersebut mampu untuk meminimalkan terjadinya konflik yang ada di *fandom* NCTzen. Untuk menurunkan jumlah konflik yang dimulai dari diri sendiri seperti menghindari *fanwar*, tidak terpancing emosi ketika ada yang melakukan *war*, berpikir jernih dan dewasa, bisa menghindari dan tidak mempedulikan *war*, serta tidak saling menyinggung untuk menghargai satu sama lain (Agnensia, 2019). Dalam hal ini, agensi juga turut berpengaruh dalam adanya *fanwar* antar fans unit, katup penyelamat juga dapat dari agensi yang dapat berlaku adil kepada seluruh unit NCT sehingga kemarahan fans dapat mereda karena merasa idolnya telah diperlakukan adil. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara dari akun @Veymatcha dan @chiesmiez:

"Sejauh ini ngga sih kayanya, malah kayanya bakal makin makin. Susah kak menyadarkannya. Solusi bakal ada si selama si fans fans ini bakal menghargai satu sama lain, tapi agaknya sulit. Terus kalau sadar bahwa fanwar tuh lebih banyak negatif nya, tapi gabisa kak karena *fanwar* udah ada dari setiap generasi kpop. Cuma

ya makin sini makin parah aja, malah adaa yang sampe nyuruh bundlr juga" (Wawancara Veymatcha, 2024)

Kemudian pernyataan dari @chiesmiez yaitu:

"aku chilzen. untuk penyelesaiannya ada kalau semua mau berpikir jernih dan dewasa tapi aku rasa mah syulittt. grup lama aja pasti ada kok warnya cm kita gatau aja. kalau bisa hilang total mungkin gabisa tapi bisa dikurangi. untuk sekarang karna nama nct lagi naik dan banyak fans baru yang mungkin msh remaja atau dibawah umur, masih labil gampang kepancing emosi.... jadi mungkin blm bisa. harus nunggu bbrp tahun kedepan. biar belajar dr pengalaman" (Wawancara chiesmiez, 2024)

Walaupun tidak dapat menghentikan *fanwar*, jika penggemar melakukan meminimalisir bergabung dengan *fanwar* akan memperkecil jumlah *war* yang ada di dalam *fandom* NCTzen. Usaha akun-akun *fanbase* NCTzen yang ada di X hanya sekedar memperingatkan kepada penggemar agar meminimalisir *war* karena akan berdampak buruk bagi citra *fandom* dan berharap semua permasalahan harus diselesaikan secara kooperatif. Tetapi, oknum-oknum *toxic* di dalam *fandom* tidak bisa dihilangkan bahkan sudah di *report* dan *block* sekalipun. Mereka akan melakukan berbagai cara untuk memberikan dampak negatif bagi *fandom* NCTzen. Tetapi, setiap konflik bisa dikurangi dimulai dengan diri sendiri. Hal itu sesuai dengan apa yang disampaikan oleh @juwlpj dan @chowkibear dalam wawancara yaitu:

"ada kalo mereka gak saling menyinggung tapi namanya orang pasti adanya. jadi GAADA solusinya wkwkwk" (Wawancara juwlpj, 2024)

Sama seperti @juwlpj, akun @chowkiber juga berpendapat bahwa:

"Gaada sih kak. Orang orang kayak begitu yang memicu bakal selalu adaa.. fanwar ini udh bagian dari kpop menurut ku. Tinggal dari diri masing2 aja yang mau sadar" (Wawancara chowkibear, 2024)

Kemudian untuk *fanbase* NCTzen seperti @nctzenbase seringkali tidak menganjurkan untuk melakukan *fanwar* karena *fanwar* sendiri merupakan topik sensitif di dalam *fandom*. Sehingga jika ada postingan anonim melalui *menfess*, para

penggemar yang menjadi pengikut dari *fanbase* tersebut meminta untuk melakukan *take down* terhadap postingan yang dapat memicu *fanwar* agar tidak semakin menyebar. *Fanwar* tidak terjadi di dalam akun *fanbase* tetapi terjadi di akun personal dari penggemar NCT. Postingan dari akun-akun yang dianggap *toxic* yang seringkali di *report and block* oleh NCTzen untuk menghindari interaksi kepada akun tersebut. Tetapi, pemicu lain dari akun yang bukan dari oknum *toxic* juga turut menyumbang menjadi titik koordinat atau pemicu sebagai konteks *fanwar* antar unit.

Berdasarkan observasi, NCTzen terlihat sering melakukan *fanwar* antar unit maupun dengan penggemar *all unit*. Tetapi, di berbagai ketegangan yang terjadi ada penggemar yang tidak peduli dengan keributan yang ada dan fokus pada kegiatan yang seharusnya dilakukan seperti *streaming, vote*, ataupun kegiatan lainnya yang dapat membuat senang diri sendiri dan berguna untuk NCT. *Fanwar* menjadi topik sensitif dalam *fandom* NCTzen karena mengakibatkan ketidaknyamanan, meningkatkan rasa emosi ketika melihat postingan yang mengarah pada kebencian, dari berbagai pemicu muncullah bibit-bibit *war* yang berpotensi menjadi masalah besar, adanya permusuhan yang terjadi di dalam *fandom*, dan memperburuk nama baik NCTzen di mata *fandom* dari grub lain.

Berikutnya, data yang ada di bawah sebagai bentuk katup penyelamat pada *fandom* NCTzen yang dilakukan melalui kesadaran diri sendiri yang tidak mau mengikuti kegiatan *fanwar* apa pun bentuknya. Keinginan untuk tidak ingin ikut campur dan tidak suka dengan ketidakakuran dalam *fandom*, hal tersebut dapat meminimalisir partisipan *fanwar* pada *fandom* NCTzen. Seperti yang disampaikan oleh NCTzen pada media sosial X, @jeongharuu dirinya menyampaikan:

“War antar unit saya tidak pernah ambil pusing, karena balik lagi NCT ya satu, semua unit pun jg wayv saya masih percaya dalam satu NCT, jadi saya gapernah mau tau war antar unit, sehingga war yang sering saya lihat adalah war sefandom, semisal dreamies, mereka war karena line up nya tidak serupa, bajunya tidak adil, dsb. dan proses war ini sangat amat membuat drained karena mereka saling membenci padahal satu group” (Wawancara jeongharuu, 2023)

Uraian yang disampaikan @jeongharuu pada hasil wawancara tanggal 13 Desember 2023, bahwa @jeongharuu menyampaikan dirinya tidak pernah ingin mengetahui tentang *war* antar unit. Proses *war* yang terjadi mengakibatkan terkurasnya energi karena para penggemar saling membenci padahal ada dalam satu kelompok yang sama. Hal yang sama disampaikan juga oleh NCTzen dengan akun bernama @kususkakmsukadia tentang bagaimana dirinya jarang mengikuti *fanwar* sesama NCTzen, akun tersebut mengatakan bahwa:

“Halo kak, sejujurnya kaget tbtb mau dijadiin narsum wkwk tapi maaf sepertinya aku gabisaaa.. aku ga suka dan jarang merhatiin fanwar jd takutnya pendapat yg ku kasih malah ga sesuaaii.. sebelumnya thank you yaa tapi maaf juga blm bisa bantu”
(Wawancara kusukakmsukadia, 2023)

Berdasarkan penjelasan dari akun @kusukakmsukadia pada 18 Desember 2023 bahwa dirinya tidak suka dan jarang memperhatikan *fanwar*. Walaupun akun tersebut tidak berkenan menjadi narasumber, namun di dalamnya ada pernyataan bahwasanya @kususkakmsukadia sebagai *fans* yang tidak ingin bergabung dengan *fanwar* sesama NCTzen dan tidak menyukai hal tersebut. Maka dari itu, ketidakinginan menjadi partisipan *war* pada konflik internal kelompok penggemar yang menjadi katup penyelamat bagi *fandom* NCTzen. Adanya katup penyelamat dari Coser (1956), untuk menghindarkan diri sendiri agar tidak terjerumus lebih dalam pada *fanwar* antar NCTzen, penggemar akan sangat berhati-hati dengan ketikan yang dikirimnya. Jika postingan tersebut sudah terlanjur ramai akibat dari cuitan yang mulai tersebar, maka penggemar akan berhati-hati ke depannya. Silaban, dkk (2023) mengungkap cara untuk meredam agar tidak ada konflik berkelanjutan, akun-akun yang terlanjur mengirim *hate speech* akan menghapus postingannya demi mengembalikan ke keadaan sebelum dirinya menyebarkan cuitan.

Gambar 53. Postingan yang Disembunyikan.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2023.)

Hasil observasi pada gambar postingan di atas merupakan salah satu akun yang membatasi akun-akun lainnya untuk melihat postingan miliknya. Tidak diketahui apa postingan sebelumnya, namun hal yang dilakukan oleh akun tersebut sering juga dilakukan oleh akun-akun lain yang khawatir jika postingan miliknya menjadi masalah besar sehingga akan berdampak kepada dirinya. *Safety valve* mampu mengakomodasi luapan permusuhan menjadi tersalur tanpa menghancurkan seluruh struktur (Poloma, 2010). Di balik penghapusan postingan, akun-akun yang menulis postingan serupa yang berpotensi menjadi *war* telah menyampaikan hal yang membuatnya mengganjal tanpa bermaksud untuk memecah belah kelompok (Silaban, dkk., 2024). Sehingga akun-akun sejenis yang memosting kalimat yang berpotensi menjadi penyebab *fanwar*; mereka akan membatasi jumlah dilihat. Walaupun akun tersebut telah membatasi siapa saja yang dapat melihat, namun postingan lain yang berkomentar tidak hilang dan masih bisa dilihat oleh akun-akun lain. Akun yang belum melihat postingan tersebut tidak akan pernah mengetahui apa yang ditulis.

BAB V

STRATEGI *FANWAR* SESAMA NCTZEN INDOESIA DI MEDIA SOSIAL X

A. STRATEGI *FANWAR* SESAMA NCTZEN INDONESIA DI MEDIA SOSIAL X

1. *Hate Speech*

Fanwar identik dengan *hate speech* atau ujaran kebencian, begitu juga pada *fanwar* yang terjadi di dalam *fandom* NCTzen. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2023), *hate speech* disebut juga dengan kekerasan verbal yang dapat melanggar norma etika komunikasi dikarenakan dapat menimbulkan luka batin kepada korban, korban dapat merasakan sakit, serta korban merasakan harga diri yang rendah, titik puncak terekstrim *hate speech* dapat membuat korban sampai bunuh diri. Kemudian menurut Fitriani dan Pakpahan (2020), di media sosial X sendiri *hate speech* digunakan untuk mengungkapkan kekesalan yang disalurkan melalui perkataan kasar, menyinggung, menyakiti, hingga kata-kata yang bisa membuat orang lain tertindas. Coser (1956) berpendapat jika konflik yang terjadi meskipun ada penindasan, maka konflik tersebut cenderung mengganggu hubungan karena konflik cenderung memiliki intensitas yang aneh. *Hate speech* dalam *fanwar* sesama NCTzen berupa komentar buruk yang ditujukan untuk member NCT dan antar fans unit. Komentar tersebut dapat menggiring keributan dan perdebatan antar sesama NCTzen membahas permasalahan yang sedang terjadi di dalam *fandom*. Berikut contoh dari *hate speech* pada *fandom* NCTzen:

Gambar 54. Hate Speech.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024.)

Ujaran kebencian atau hate speech yang ada dalam gambar di atas ditujukan untuk Doyoung NCT karena keterlibatannya dalam kegiatan brand yang ada pada list boycott global yaitu McDonald. Akun di atas termasuk NCTzen yang memberikan pendapatnya kepada Doyoung yang mana artis tersebut sudah memiliki usia yang cukup untuk aktif sosial media untuk update masalah yang ada di Timur Tengah dan mengetahui brand-brand apa saja yang sedang diboycott massal. Tetapi, Doyoung NCT dipercaya oleh SM Entertainment untuk kolaborasi bersama brand tersebut sehingga keterlibatannya tersebut menyebabkan *fanwar* secara besar di fandom NCTzen. NCTzen tersebut merasa jika Doyoung NCT tidak peduli dengan konflik yang terjadi sehingga kalimat yang digunakan menjurus pada teguran kepada Doyoung dan NCTzen lainnya agar tidak denial atau menutup kebenaran yang sebenarnya terjadi. Sama dengan yang dimaksud pada gambar di atas, hasil wawancara juga menunjukkan jika *hate speech* dapat dikategorikan sebagai strategi *fanwar* yakni:

“menurut aku sih, hate speech dan sarkasme bisa dikategorikan sebagai strategi fanwar. karena ketika kedua hal tersebut diutarakan, pasti memicu ketidaksetujuan dari pihak yang mungkin berlawanan lalu timbul konflik yakni fanwar tsb. sejauh yang pernah aku temukan, kebanyakan hanya mengutarakan kebencian akan sebuah hal yang dianggap tidak adil, dan hal itu cukup untuk memantik pertikaian dalam fanwar. hate speech yang menggunakan kata kata kasar mungkin hanya sekali dua kali pernah aku temui sih” (Wawancara @brightsunxx, 2024)

Penjelasan dari akun @brightsunxx mengatakan bahwa hate speech dapat dikategorikan sebagai strategi atau cara praktik *fanwar* sesama NCTzen karena jika hate speech dan sarkasme diutarakan, pasti akan memicu ketidaksetujuan dari pihak yang berlawanan atau dari pihak kontra dari pernyataan yang diutarakan. Kemudian setelahnya akan timbul konflik. Akun tersebut banyak menemukan kalimat-kalimat kebencian akan sebuah hal yang dianggap tidak adil, dan hal tersebut cukup untuk memantik pertikaian dalam praktik fanwar. Sesuai dengan pernyataan @brightsunxx di atas, informan akun @Veymatcha juga berpendapat:

“Adanya ujaran kebencian terhadap unit ataupun bisa perkara ujaran kebencian ke idol yang ada di unitnya terus membela jadi melebar kemana mana permasalahannya” (Wawancara @Veymatcha, 2024)

Akun tersebut berpendapat jika adanya ujaran kebencian menjadi cara sebagai melampiaskannya ke idol dengan kata-kata bermakna kebencian. Terkadang untuk membela idol favoritnya dan bisa jadi melebar ke mana mana termasuk melebar hingga ke ranah cyberbullying yang dapat merugikan idol dan citra dari fandom itu sendiri.

Kemudian dari Wulandah (2023), ada istilah *cyberbullying* yang merupakan tindakan penghinaan terhadap satu pihak karena faktor kebencian. *Cyberbullying* didefinisikan sebagai tindakan menyakiti, mengintimidasi, dan mengganggu seseorang sehingga dapat menimbulkan rasa tertekan melalui pemanfaatan media sosial termasuk media sosial X. Mengutip penelitian Denanda, dkk (2021), jenis-jenis tindakan *cyberbullying* terbagi menjadi lima yaitu *flaming* (amarah) yang merupakan bentuk tindakan dengan menyerang kata-kata kasar di internet. Kedua ada *harrasment* (pelecehan) yaitu tindakan penyampaian pesan-pesan yang kasar seperti *hate speech* yang dilakukan secara terus menerus. Ketiga *denigration* (pencemaran nama baik) yaitu pesan yang disampaikan dengan tujuan merusak nama baik atau reputasi orang lain. Keempat *impersonation* (peniruan) disebut juga sebagai fiker yang merupakan tindakan seseorang meniru atau menyamar menjadi orang lain dengan tujuan menyebarkan hal-hal buruk yang bisa merugikan orang lain. Terakhir yaitu *trickey* (penipuan) ialah sebuah tindakan untuk menjatuhkan

korban di media sosial dengan mencari informasi sebanyak-banyaknya untuk tindakan penipuan kepada khalayak publik.

Cyberbullying ini berdampak pada ketikan dari penggemar yang menunjukkan bahwa memang ada ketidakcocokan dengan salah satu bahkan para anggota dari NCT dan berisiko menghasut penggemar lain. *Cyberbullying* ini dapat memermalukan orang yang di-*bully* yang dilakukan di media sosial salah satunya di X bertujuan agar pihak yang bersangkutan mendapatkan efek jera tetapi hal tersebut memang tidak dibenarkan karena termasuk sebuah kejahatan yang berkaitan dengan kemanusiaan. Hal tersebut termasuk jenis *denigration cyberbullying* karena termasuk dalam pencemaran nama baik anggota NCT dan NCTzen lainnya yang menjadi korban *bullying* di media sosial X. Sama dengan yang dikatakan oleh Waruwu dan Vera (2020) dalam penelitiannya yang mengutip dari berbagai penelitian dari University of Sussex bahwa ujaran kebencian dalam bentuk *bullying* merupakan bagian dari kriminalitas kebencian. Aksi di dalamnya berupa menghasut orang lain untuk ikut membenci pihak tertentu

Seperti halnya adanya *faker*¹¹ yang termasuk ke dalam *impersonation cyberbullying*¹² yang membuat NCTzen saling mencurigai satu sama lain. *Faker* ini memanfaatkan keadaan seperti *fancam* dari konser yang diaku-akui miliknya, kemudian mengaku-akui wajah dari orang lain sebagai miliknya. Setelah terbukti orang tersebut melakukan kebohongan, *hate speech* ke sesama NCTzen tidak bisa dihindari. Banyak kata-kata buruk yang ditujukan kepada *faker* tersebut karena telah merugikan banyak pihak, baik itu pihak orang yang punya wajah asli dan NCTzen lainnya yang merasa tertipu. Menurut arti hukum dalam tulisan Mawarti (2018), *hate speech* merupakan tulisan, perilaku, perkataan, ataupun pertunjukan yang dilarang. Sesuatu yang tidak diperbolehkan karena mampu

¹¹ *Faker* adalah orang yang menggunakan wajah orang lain pada akun media sosialnya. Hal ini termasuk bentuk kegiatan pembohongan *public* untuk mendapatkan validasi seperti ungkapan pujian.

¹² *Impersonation cyberbullying* adalah praktik mengirim pesan-pesan palsu yang berbau kebencian tetapi berpura-pura menjadi orang lain atau menggunakan identitas palsu.

memicu prasangka buruk dan tindakan kekerasan baik dari pihak korban maupun pelaku.

Selanjutnya dari Gitari (dalam Abdillah, (2023) *hate speech* dapat menimbulkan stigma buruk bagi pengguna media sosial. Disinyalir, *hate speech* bisa menyebabkan luka dan merasa tidak aman ketika bermedia sosial. Seperti halnya fandom NCTzen yang mendapat stigma *fandom* tidak akur dengan sesamanya yang ditunjukkan ketika Doyoung NCT pernah merasakan *bully*-an dari *fans*-nya sendiri karena dirinya ditunjuk oleh McDonald untuk mengkampanyekan Lucky Burger pada Desember 2023. Reaksi yang ditunjukkan beda-beda, ada yang langsung menaikkan tagar agar Doyoung NCT dan SM Entertainment berhenti bekerja sama dengan merek yang mendukung gerakan Zionist. Diketahui selama penyerangan terhadap Palestina, banyak NCTzen yang menaikkan tagar dan membela Palestina agar segera merdeka dari penjajahan Zionist. Tetapi satu hari dikejutkan dengan Doyoung NCT yang diumumkan sebagai salah satu tokoh yang mengkampanyekan Lucky Burger. NCTzen memanas, mereka bergegas memberitahu Doyoung jika *brand* tersebut masuk ke dalam daftar *boycott* untuk menghentikan peperangan yang sedang terjadi. Ada pula NCTzen menyerang Doyoung sebagai tanda kekecewaan. Serangan ini kemudian menjadi *fanwar* karena ada juga penggemar yang merasa tidak terima dengan kata-kata buruk yang ditujukan karena dianggap sebagai kesempatan dari haters Doyoung untuk melakukan tindak *bullying* kepada member NCT tersebut.

Cyberbullying juga sempat menghampiri sesama NCTzen yang menonton konser NCT 127 di Jakarta bertajuk *Neo City: The Unity*. Keributan di X bermula ketika salah satu akun mengirim postingan tentang kakaknya yang jatuh setelah berebut kaos yang dilemparkan Taeyong. Kakak tersebut sampai terhempas ke belakang hingga terkena tembok karena tersenggol oleh penggemar yang berhasil mendapatkan kaos Taeyong. Hal tersebut makin ramai di X ketika wajah dari penggemar yang mendapatkan kaos tersebut teridentifikasi. Melalui postingan yang diunggah tersebut, banyak yang bersimpati kepada kakak dari pengirim postingan tersebut dan menyalahkan penggemar yang mendapatkan kaos Taeyong.

Setelah melihat wajah dan bentuk badan dari penggemar tersebut, muncul komentar negatif berupa *bullying* kepada penggemar tersebut. Penggemar lainnya yang merasa hal tersebut salah langsung menegur akun tersebut agar mengesampingkan wajah dan bentuk badan juga harus fokus kepada permasalahan yang ada karena takut akan sama-sama menyakiti nantinya. Menurut Markogiannaki, dkk (2021) menyebutkan bahwa *hate speech* secara luring maupun daring memang dapat mempengaruhi korban dampaknya dapat mengalami ketakutan, kecemasan akibat dari ancaman online.

Selanjutnya pada penelitian yang dilakukan oleh Muannas dan Mansyur (2020) menyimpulkan bahwa *hate speech* dapat ditangani dengan model literasi digital berupa nalar kritis, intelektualitas, skill, dan norma moral etis yang mencakup dimensi *critical consuming*, *functional consuming*, *moral value*, dan *functional presuming*. Seperti yang telah dijelaskan pada materi *safety valve* (katup penyelamat) pada buku Coser (1956) bahwa katup penyelamat sebagai jalan keluar untuk meredakan konflik. Pada konteks ini, *hate speech* dapat ditangkal oleh diri sendiri yang dapat mengendalikan niat untuk mengetik hal-hal buruk untuk menjatuhkan sesiapaapun yang tergabung dalam satu kelompok penggemar NCTzen, bahkan sekalipun kepada agensi. Memang kini masih banyak yang melakukan *fanwar* dengan menggunakan *hate speech* namun, sedikit pintu keluar agar *hate speech* dapat berkurang dengan menerapkan kontrol diri dengan literasi digital.

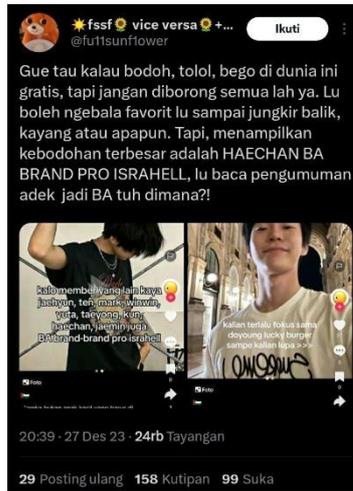
Kemudian, ketika dibaca menggunakan teori konflik Coser (1956) termasuk dalam konflik non realistis karena *hate speech* sebagian tidak memiliki tujuan dan hanya diorientasikan guna melepaskan agresivitas. Agresivitas di sini meliputi *cyberbullying* maupun kata-kata buruk yang berorientasi menyinggung, menyakiti, hingga mengancam. *Hate speech* sebagai bentuk pelepasan agresivitas karena NCTzen ditimpa suatu fenomena yang di luar batas ekspektasi yaitu misal ketika Doyoung NCT yang tiba-tiba bekerja sama dengan produk berafiliasi dengan Zionist sehingga ada beberapa penggemar yang berkesempatan melontarkan *hate speech* kepada Doyoung NCT. Penelitian lain yang dilakukan oleh Abdillah, dkk

(2023) menyebutkan bahwa bentuk ujaran kebencian (*hate speech*) yang sering dilakukan oleh para penyebar ujaran kebencian meliputi saling memprovokasi 6,12%, penghinaan 16,89%, pencemaran nama baik 0,90%, penghasutan 1,36%, kemudian tindakan menyedihkan 0,56%. Hal tersebut sesuai dengan apa yang terjadi pada *fandom* NCTzen yang sebagian besar bentuk *hate speech* pada *fanwar* berupa penghinaan kepada idol dan sesama NCTzen.

2. Sarkas

Secara bahasa diketahui kata sarkas dari bahasa Yunani diartikan sebagai "merobek daging". Yang jelas bahwa sarkas ini selalu identik dengan sakit hati, kepahitan, celaan getir yang kurang enak didengar (Hasanah, Rahim, & Syamsuri, 2021). Sarkas digunakan ketika NCTzen merasa kelakuan yang dilakukan orang-orang di dalam satu *fandom* sudah di luar batas seperti mencaci maki, menjatuhkan, memojokkan, hingga menyebar fitnah. Keraf (dalam Oktaviani, dkk, 2024) dalam artikelnya, suatu acuan yang mengandung celaan getir dan kepahitan juga sebuah kalimat kasar yang dapat menyakiti hati seseorang disebut dengan sarkasme. Oktaviani, dkk (2024) juga mengutip tulisan dari Tarigan (2013), bahwa sarkasme memiliki ciri dengan kata-kata bertujuan untuk menyindir secara pedas, celaan kasar, dan perkataan kurang enak didengar dan dibaca. *Fanwar* yang dilakukan sesama NCTzen umumnya terlihat dengan kata-kata sarkas yang digunakan ketika menyalurkan rasa kekesalannya terhadap akun lain. Sarkas adalah salah satu majas yg bertujuan untuk menyakiti orang lain menggunakan kata-kata pedas. Berikut contoh kalimat sarkas yang digunakan NCTzen:

Gambar 55. Kalimat Sarkasme Sifat oleh NCTzen.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2023.)

Kata-kata sarkas yang digunakan NCTzen pada gambar di atas yaitu terletak di kalimat pertama seperti “*bego, tolol, goblok*” yang ditujukan kepada NCTzen lain yang menyebarkan rumor yang belum jelas sehingga menyebarkan hoax di media sosial lain dan juga di X sendiri. Pembelaan Doppu sebagai solo stan dari Doyoung NCT dianggap berlebihan karena telah menyebarkan rumor tidak jelas mengenai member lain yang juga kolaborasi dengan brand yang diboycott. Namun, NCTzen yang tidak terima langsung membantah dengan kalimat-kalimat sarkas yang ditujukan kepada akun yang menyebarkan rumor yang belum tentu itu benar atau tidaknya. Sama dengan yang dimaksud pada gambar di atas, hasil wawancara juga menunjukkan jika sarkas dapat dikategorikan sebagai strategi *fanwar* yakni:

“Sarkas bisa dikategorikan strategi karena mengacu ke pendekatan yang dipilih/direncanakan oleh individu ato kelompok untuk mencapai tujuan tertentu. Alasan : Tujuan tertentu :Misal menggunakan hate speech atau sarkasme bisa diarahkan ke tujuan spesifik, kayak nunjukin dukungan kuat terhadap idol/ grup yang di suka/ merendahkan grup musuh dalam fanwar. Efek dan konsenkuensi yang diinginkan : penggunaan hate speech/sarkasme dapat diharapkan mempengaruhi opini publik maupun reaksi dri pihak lain dlam fanwar. Hal ini mencerminkan strategi krna terdapat perencanaan/tujuan yang ingin dicapai melalui tindakan tersebut” (Wawancara @leejeluoluluu, 2024)

Dalam pernyataan tersebut @leejeloululuu berpendapat bahwa sarkas dapat dikategorikan sebagai strategi karena mengacu pada pendekatan yang dipilih atau direncanakan oleh individu atau kelompok untuk mencapai tujuan tertentu dengan alasan yang memiliki tujuan menunjukkan dukungan kuat terhadap idol atau grup yang disukai dan juga untuk merendahkan grup musuh atau grup yang tidak disukainya dalam *fanwar*. Selanjutnya dijelaskan tentang efek dan konsekuensi yang diinginkan dalam penggunaan hate speech maupun sarkasme diharapkan dapat mempengaruhi opini publik dan reaksi dari pihak lawan dalam *fanwar*. Kemudian sarkas mencerminkan strategi karena terdapat perencanaan atau tujuan yang ingin dicapai dari praktik tersebut.

Menurut artikel yang ditulis oleh Cahyani dan Sabardila (2020) kalimat sarkasme dalam penggunaannya untuk menunjukkan eksistensi dari para netizen. Mereka menggunakan kesempatan untuk sekedar viral, meluapkan emosi dan ekspresi, dan sebagai bentuk tidak suka kepada pengguna lainnya. Seperti halnya *jokes* Chizen tentang Indonesia yg hanya dijadikan *second choice*¹³ oleh NCT 127 dan hanya sebagai teman karaoke ketika NCT 127 datang ke Indonesia. *Jokes* tersebut diakui hanya sebagai lelucon pada saat NCT 127 melakukan tur konser selanjutnya ke negara Thailand yang mana diketahui negara tersebut berperan penting dalam debut NCT 127 dan disebut sebagai *first love*-nya NCT, grup tersebut datang ke negara Thailand persis bertepatan dengan *127 days* yaitu pada tanggal 27 Januari. Namun, di luar *inside jokes* NCTzen, ada penggemar yang malah menganggap serius hal tersebut dan membuat konten tentang grup lain sehingga dapat mendramatisir situasi untuk konten semata yang bertujuan untuk mendapatkan banyak *like*, mendapat komentar yang *relate* dengannya, hingga banyak dibagikan.

Ketika kembali dilihat dengan teori konflik milik Coser (1956), sarkasme pada situasi tersebut yang dilakukan penggemar kemudian memiliki tujuan tertentu. Pada pembahasan tentang sarkas dapat dikategorikan sebagai konflik realistik.

¹³ Berasal dari bahasa Inggris yang artinya pilihan kedua yang merujuk pada dalam hubungan asmara dan pertemanan.

Konflik realistis terjadi ketika konflik-konflik yang muncul karena frustrasi terhadap tuntutan-tuntutan tertentu dan dilakukan sebagai sarana untuk mewujudkannya atau memiliki tujuan tertentu. Para penggemar yang memanfaatkan situasi dari isu sosial yang sedang terjadi yaitu sedihnya NCTzen Indonesia yang tidak mendapatkan jadwal konser bertepatan pada perayaan *127 days* yang kemudian dijadikan *jokes*, yang kemudian dijadikan kesempatan bagi konten kreator sesama NCTzen untuk menjadi bahan konten demi mendapatkan eksistensi berupa ketenaran dan peluapan emosi juga ekspresi. Menurut Hardiati (2020) sarkas dapat berdampak pada sudut pandang pelaku yang menggunakan kata-kata sarkas yaitu dapat merasakan nilai estetika dan puas dari apa yang telah dikatakan untuk pihak yang ditujunya. Mereka yang mendramatisir situasi yang sebenarnya menyenangkan menjadi sebaliknya kembali karena telah didramatisir.

Penggunaan kata-kata sarkas dalam *fanwar* digunakan ketika mempertegas sesuatu yang disampaikan (Sinaga, Mustika, & Tamam, 2023). Sarkasme pada media sosial X ada 4 jenis yaitu sarkasme sebutan, leksikal, sifat, dan ilokusi (Lutfiyani, Purwanto, & Anwar, 2020). Pada *fanwar* sesama NCTzen paling dominan dengan sarkasme sebutan dan sifat. Sarkasme sebutan dapat dilihat dari Chilzen Indonesia membuat *jokes* tentang Indonesia yang hanya sebagai *backburner*¹⁴ NCT 127. *Jokes* tersebut dibuat oleh Chilzen bahkan ikut senang dengan NCT 127 yang sebenarnya menyepesialkan semua NCTzen di berbagai negara namun ternyata dianggap serius oleh beberapa penggemar. *Backburner* dan *second choice* sendiri sebagai sarkasme sebutan yang sebenarnya merupakan kata yang membuat seseorang sakit hati, celaan yang dapat menyinggung perasaan, hingga perkataan yang kurang enak untuk disebut walaupun hal tersebut terjadi secara nyata, namun dibalik kesedihan tersebut maka dibuat *jokes* untuk menenangkan beberapa pihak.

Coser (1956) juga menjelaskan bahwa ada kemungkinan lebih besar unsur-unsur yang tidak realistis akan masuk ke dalam situasi konflik yang realistis. Sama

¹⁴ Kata yang merujuk pada seseorang atau sesuatu yang ditempatkan paling akhir atau pilihan terakhir yang sementara diabaikan dalam kehidupan seseorang.

halnya pada pembahasan *hate speech* yang sebagai peluapan agresivitas, sarkas dalam situasi tertentu juga hanya sebagai pelampiasan untuk kekesalan dengan mengeluarkan kata-kata yang dapat menyakiti, menyinggung, dan mengancam. Berdasarkan apa yang dikatakan Coser (1956) tentang konflik non realistis yaitu kondisi berkonflik yang tidak memiliki tujuan dan sebagai orientasi pelepasan agresivitas. Maka situasi *fanwar* dengan penggunaan kata sarkas dalam kondisi yang tidak memiliki tujuan dan hanya sebagai alat untuk meluapkan kekesalan, dapat dikategorikan sebagai konflik non realistis. Coser (dalam Haryanto, 2012) pada situasi tertentu, konflik sebagai respons terhadap rasa frustrasi dan memiliki *timing* yang pas untuk melepaskan agresivitas. Kata-kata sarkas sebagai bentuk respons dari rasa frustrasi para penggemar dan menjadi sebuah bom waktu untuk melepaskan ketegangannya.

3. Menyerang Idol

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lestari dan Kusuma (2023) tentang penelitiannya yang membahas akar masalah “Safa Space” dikarenakan penggemar NCT yang bernama Safa menuliskan kalimat ejekan kepada salah satu anggota NCT Dream yang membuat akun @Beflowerr yang mengaku sebagai *emaknya seven dream* mengancam akan menindak pidana Safa jika tidak mau minta maaf di atas materai. Yang mana *fanwar* terjadi saat ada ejekan sebagai bentuk penyerangan terhadap anggota NCT. Sama seperti penggunaan *hate speech*, proses *fanwar* bermula dari penyerangan terhadap idol dengan *hate speech*. Penggemar yang tidak menyukai perilaku para anggota NCT akan mengirim cuitan yang berisi kalimat yang tidak menyukai member. Hal yang paling disayangkan NCTzen ketika ada akun yang mem-*bully* salah satu anggota NCT padahal ava yang digunakan akun tersebut menggunakan wajah satu member NCT. Hal tersebut dapat berdampak pada idolnya sendiri karena memiliki *fans* yang tidak menghargai anggota lainnya yang masih sesama NCT. Berikut data tentang fans yang dapat dikatakan sebagai penyerangan kepada *leader* NCT yaitu Taeyong melalui cuitan X dan ditanggapi oleh sesama NCTzen:

Gambar 56. Menyerang Idol.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024.)

Gambar tersebut memperlihatkan akun yang menyerang idol oleh @jelahere yang menyinggung masalah konser NCT tetapi Taeyong sendiri akan *comeback* dengan lagu solo atau berkegiatan sendirian tanpa anggota lain. Dengan kalimat sindiran tersebut dibalas oleh NCTzen lain yang merasa akun tersebut menyenggol leader NCT yaitu Taeyong agar akun tersebut ramai. Kemudian dengan komentar lain yang menunjukkan jika Taeyong memang *capable* sebagai soloist dan menanyakan kembali idol favorit dari akun @jelahere *capable* atau tidak untuk menjadi soloist. Dalam wawancara juga disebutkan tentang Taeyong menjadi soloist tetapi banyak solo stan yang melakukan fanwar tentang hal ini, kalimatnya yaitu:

“Taeyong. bilang ty anak emas? memang (amin aja lah). ini lebih ke antar solo stan. aku bingung jabarinnya kek mana soalnya banyak. tiap kegiatan dia pasti diributin contohnya dr debut solonya yg bikin solo stan dr unit lain kepanasan. terus dari tindakan dia juga dipermasalahkan kek dia meluapkan emosinya (crying) di konser ilichil dibilang lebay sok paling sedih. dan dari rumor masa lalunya (hoax) selalu dibawa2. yang paling parah lainnya soal manga yg kemarin rame. aku stress sendiri ributnya setengah mati. ada misinformation klo komiknya tentang pedo padahal bukan dan itu censored version yg di korea beda sama versi luar. banyak lagi deh”
(Wawancara @chiesmiez, 2024)

Akun @Chiesmiez menceritakan tentang Taeyong NCT yang dicap sebagai anak emas agensi. Setiap ada kegiatan yang menyangkut solo Taeyong, contohnya saat pengumuman comeback solo Taeyong, solo stan dari unit lain merasa kepanasan atau tidak terima dengan kegiatan baru Taeyong yang telah melakukan kegiatan solo atau kegiatan sendirian tanpa member grupnya sebanyak dua kali sehingga banyak yang tidak terima dan melancarkan ujaran kebencian seperti mempermasalahkan Taeyong menangis, Missinformation dan tuduhan pedofilia yang menyebabkan fans Taeyong yaitu TaeyongF membersihkan namanya.

Melihat penjelasan sebelumnya, kemudian dari artikel yang ditulis oleh Noorikhsan, dkk (2023), seseorang dapat menyembunyikan identitasnya dan kemudian dapat menyerang orang lain dengan data yang sulit diverifikasi. Hal ini terjadi pada NCTzen yang menggunakan *fake account* dan juga bisa menggunakan akun aslinya, pastilah identitas asli seperti apa dirinya tidak ada yang mengetahui sama sekali sehingga rentan melakukan tindak penyerangan dengan menggunakan kalimat yang bisa saja benar dan salah. Karena interaksi di dunia siber menjadikan seseorang percaya diri, sulit untuk dicurigai dan tidak dianggap berbohong karena semua cuitan dianggap sebagai opini.

Ketika melihat dari teori konflik Coser (1956), mengutip dari proposisi Simmel bahwa konflik akan lebih kuat dan radikal jika konflik tersebut muncul dari hubungan yang dekat. Penyerangan terhadap idola di sini bukan dari kelompok luar melainkan dari kalangan NCTzen. Sudah menjadi hal umum jika beberapa dari banyaknya anggota NCT mendapatkan *hate speech* dari penggemarnya sendiri. Tentu saja NCTzen yang merasa idolanya terkena serangan berupa kalimat-kalimat buruk merasa tidak terima dan mempermasalahkan hubungannya dengan akun yang menebar kalimat buruk kepada anggota NCT. Konflik akan lebih kuat ketika banyak pihak yang ikut membela. Kemudian, Coser (1956) juga menyebutkan bahwa dalam konflik internal pada sesama anggota kelompok dekat, ketika salah satu pihak membenci pihak lain, semakin dirasakan sebagai sebuah ancaman terhadap persatuan dan identitas kelompok. Ketika ada pihak yang membenci Taeyong NCT, solo stan Taeyong yaitu TyongF akan menganggap semua pembenci Taeyong

sebagai sebuah ancaman terhadap identitas kelompok. Karena permusuhan di dalam *fandom* akan semakin besar dan kuat jika si penebar kebencian masih leluasa berkeliaran (Silaban, dkk., 2024), dalam hal ini untuk mencari celah kesalahan Taeyong NCT agar mendapatkan ujaran kebencian dan *image* yang buruk.

4. Menyenggol Sesama NCTzen

Penggemar yang menyenggol atau mengganggu atau memantik emosi terlebih dahulu ke sesama penggemar biasa disebut *haters* karena adanya rasa benci terhadap sesama penggemar lainnya (Fitria, 2022). Sama halnya menurut penelitian dari Yulianti (2022) menjelaskan bahwa orang yang bukan fans dari satu grup atau antifans/antis biasanya memulai *war* terlebih dahulu dengan berkomentar yang bersifat sindiran terhadap fans grup lain. Kemudian dari Coser (1956) berpendapat bahwa dalam kelompok yang memiliki ikatan erat, perasaan permusuhan cenderung menumpuk dan semakin intensif. Dalam hal ini, antifans selalu saja menyenggol terlebih dahulu kepada sesama fans atau fans grup lain. Hal tersebut terjadi pada *fandom* NCTzen yaitu ketika salah satu fans unit menyindir satu sama lain dan dalam proses *war* tersebut mereka berusaha menjadi yang terbaik dengan *title fans unit* yang mereka gunakan dengan penyebab tertentu bahkan tanpa ada penyebab sebelumnya. Berikut contoh penggemar solo stan Mark dan Haechan yang tersenggol oleh Chilzen dan Dreamzen:

Gambar 57, Menyenggol Sesama NCTzen.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2023.)

Gambar tersebut memperlihatkan bahwa ada beberapa akun yang menjelek-jelekan Mark dan Haechan sebagai member yang berkegiatan di dua grup

yaitu NCT Dream dan NCT 127. Beberapa kalimat yang ternotis oleh akun tersebut yaitu salah satunya pada kalimat pada gambar kedua dari akun yang ditunjukkan oleh @etherealhc yang menunjukkan jika Mark dan Haechan jika terus-terusan di NCT 127, 5D atau lima anggota NCT Dream akan menganggur sehingga @etherealhc sebagai fans Haechan merasa Chilzen dan Dreamzen hanya bisa memojokkan MH (Mark dan Haechan). Pendapat yang sama mengenai pembahasan yang sama yaitu ditunjukkan oleh akun @juwlpi yakni:

“yang sering saya liat adalah war antar fans nct 127 dan fans nct dream. mereka selalu senggol satu sama lain membanding bandingkan perlakuan agensi terhadap mereka. sementara unit lain alias wayv juga diperlakukan dengan sama membandingkan perlakuan agensi. intinya mah agensi nya. terus war mahae ini yg sering saya dapatkan perihal jadwal mereka dan kesehatan mereka. lalu 3 unit ini wyav, dream, 127 selalu menyalahkan nctzen yang selalu menyalahkan nctzen all unit paling sering sih perkara pervote an dengan narasi KATANYA ALL UNIT TAPI NGEVOTE MALES2san. padahal banyak juga yg mgevot mereka tanpa mengklaim dia unitstan. apa2 kekecewaan unit stan selalu yg disalihin all unit. bahkan sekedar kita nimbrung ke mereka pun kita tidak punya tempat.” (Wawancara @juwlpi, 2024).

Dari akun @juwlpi yang juga mengatakan bahwa saling menyenggol sesama NCTzen menjadi strategi fanwar yang dilakukan di dalam fandom NCTzen. Dirinya mengatakan mereka yang bertengkar saling membanding-bandingkan perlakuan agensi terhadap mereka. Sementara hal tersebut juga terjadi pada unit WayV juga sama-sama diperlakukan berbeda dengan unit lain. Inti dari permasalahan mereka ada pada agensi. Selanjutnya @juwlpi juga menjelaskan tentang *fanwar* antara fans mahae (Mark dan Haechan) perihal jadwal dan kesehatan keduanya. Kemudian fans unit yang menyalahkan NCTzen all unit yang dikatakan malas-malasan perihal vote member. Yang pada kenyataannya, semua NCTzen yang menyukai semua unit NCT banyak yang voting member tanpa mengklaim mereka fans dari unit mana dan juga NCTzen all unit seperti tidak memiliki tempat untuk ikut pembahasan di dalam masing-masing *fandom* unit.

Dua *fandom* atau lebih bertengkar dengan saling menjelek-jelekkan satu sama lain. Menganggap idol masing-masing paling berhak mendapatkan posisi yang baik dari agensi dan juga berlomba-lomba membuktikan bahwa idol favorit mereka tidak diurus dengan baik oleh agensi. Sindiran bermakna ejekan, kritikan, dan celaan bertujuan untuk memberikan pengaruh dan kesan kepada pembaca ataupun pendengar. Menurut Keraf (2008) dalam artikel yang ditulis oleh Budi, dkk (2023), bahwa gaya bahasa sindirian tersebut dianggap sebagai acuan seseorang yang ingin mengatakan sesuatu dengan pesan tersirat di dalamnya. Ironi, sinisme, sarkasme, dan satir tercakup dalam gaya bahasa sindiran. Namun, dalam Coser (1956) bahwa kelompok-kelompok seperti yang tidak akan menoleransi penyimpangan dari kesatuan kelompok. Dalam kelompok seperti ini akan menyebabkan kelompok tersebut terpecah melalui perpecahan atau penarikan paksa kelompok yang berbeda pendapat.

Selanjutnya, fans yang sengaja melibatkan fans unit lainnya dalam agenda *war-nya*, menyebabkan *fanwar* di dalam *fandom*. Penyelesaian masalah di ranah siber seringkali tidak menghasilkan sebuah solusi yang konkret. Meskipun banyak topik *fanwar* yang menjadi pembahasan, solusi yang ditawarkan sedikit dan kemungkinan tidak diperhatikan orang lain. Tanpa adanya ruang diskusi yang khusus untuk berdiskusi secara intensif dan pertemuan tatap muka, diskusi pada ruang siber tidak akan menghasilkan suatu kesimpulan yang diambil berdasarkan kesepakatan para NCTzen kecuali ada pertemuan fisik antara mereka yang memiliki atensi pada isu-isu yang sedang dibahas. Berdasarkan tulisan dari Noorikhshan, dkk (2023) walaupun ada komunitas dan *space X*, ruang tersebut tidak cukup mampu menyelesaikan permasalahan karena orang-orang yang bergabung memiliki atensi terhadap isu tertentu tetapi tidak menyampaikan solusi untuk permasalahan, yang ada hanya jejak digital yang berpotensi menyebar dan berpengaruh pada atensi orang lain yang hanya ingin memermalukan *fandom* NCTzen di khalayak publik.

Kemudian pada website wolipop.detik.com (2022) yang menyorot penyelesaian masalah pada kasus kontroversial NCTzen, yaitu Safa Space. Devi

Attamimi seorang *Institute Director* HILL ASEAN menuturkan *fandom* NCTzen sangat *power full* karena masing-masing individu memiliki perannya. NCTzen bisa melakukan demikian karena mereka tidak hanya mengonsumsi subjek dan objek yang digemari karena merasa peran seorang penggemar menganggap memiliki hubungan khusus antara idol dengan penggemar sehingga ketika mereka disenggol, reaksi yang dikeluarkan bisa beragam seperti penyerangan balik, mereport akun, hingga pengabaian terhadap komentar-komentar yang dianggap buruk.

Menyenggol sesama NCTzen ini sendiri sebenarnya membuat keprihatinan dengan kelangsungan kelompok penggemar NCT. Semakin hari, kebiasaan saling sindir, saling tidak terima satu sama lain, adanya perasaan tersisih membuat kehidupan *fandom* NCTzen biasa dengan ketidakakuran (Lestari & Kusuma, 2023). Jika dilihat menggunakan teori konflik Coser (1956) bahwa konflik dalam kelompok menyebabkan individu yang berpartisipasi secara intens dalam kehidupan kelompok, prihatin dengan kelangsungan kelompok tersebut. Hal tersebut dirasakan oleh NCTzen yang merasa resah dengan para penggemar sesama NCTzen yang mengalami *fanwar* hampir setiap waktu yang berdekatan. Bahkan sering sekali di media sosial X yang tidak sedikit yang ikut serta ikut dalam agenda fanwar dan yang paling sering fanwar yang ditujukan kepada agensi yang telah memiliki citra buruk di mata NCTzen. Coser (1956) mengungkapkan bahwa konflik yang ada pada kelompok dekat di mana jika salah satu pihak semakin membenci pihak lain. Hal tersebut dirasakan oleh NCTzen yang memiliki beberapa *fandom* lagi di dalamnya, jika Chilzen merasa tersenggol oleh Dreamzen maka Chilzen yang membenci Dreamzen akan dirasakan juga oleh Chilzen lainnya bahwa Dreamzen ini sebagai ancaman mereka ketika merasa senang atas pencapaian prestasi NCT 127. Begitupun berlaku pada unit *fandom* maupun solo stan.

5. Menggunakan Akun Kosongan

Akun penggemar K-Pop terutama NCTzen identik dengan menggunakan *ava korea*, setiap akun yang menggunakan wajah idola favoritnya sebagai foto profil akun X merupakan seorang penggemar dari grup yang disukai (Qisti, 2021). Tetapi, ada akun kosong atau *fake account* banyak ditemukan di media sosial

yang ditandai dengan interaksi bersifat anonim (Muttaqin, 2019). Akun kosongan atau *fake account* ini memang membuat resah para NCTzen karena postingan yang dikirim dapat menyebabkan keributan yang seharusnya tidak terjadi.

Sesuai dengan wawancara yg dilakukan oleh akun @mouleety yang merupakan seorang Chizen bahwa salah satu penyebab fanwar sesama NCTzen adalah akun kosongan. Akun kosongan ini merupakan akun yang dibuat untuk kepentingan tertentu, tidak memasang foto apa pun di profilnya bahkan memasang foto idol dan menyebar kebencian. Tujuannya untuk bebas mengirim *hate speech* tanpa diketahui identitas aslinya. Keresahan tersebut membuat NCTzen gencar melakukan *report and block* kepada akun-akun *toxic* yang salah satunya akun kosongan tersebut. Akun kosongan sering memancing keributan, menyebarkan hal-hal yang sebenarnya fans juga tidak mengetahuinya. Berikut contoh *fake account* yang menyerang Taeyong dan NCTzen menggunakan identitas Army (Penggemar BTS):

Gambar 58. *Fake Account*.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024.)

Akun dalam gambar tersebut dapat dikatakan sebagai akun palsu karena ciri-cirinya dilihat dari kapan dirinya bergabung yaitu pada Januari 2021 dan postingannya baru 3 postingan. Akun tersebut juga sengaja menggunakan identitas ARMY (Penggemar BTS) untuk mengadu domba NCTzen dengan ARMY karena postingan terakhirnya menghina NCTzen. Para NCTzen dan ARMY mengetahui jika kalimat terakhir yang diposting oleh akun @kth09380378 mengarah pada

NCTzen karena emotikon hati hijau di akhir kalimat, diketahui warna hijau neon identic dengan fandom NCTzen. Diketahui dengan ciri-ciri nama pengguna yang tidak jelas dan postingan yang sedikit, akun tersebut dicurigai sebagai akun palsu yang sengaja dibuat untuk menyebarkan kebencian kepada Taeyong dan fandom NCTzen. Dalam wawancara akun @mouleety bahwa:

“biasanya akun kosong/akun fans unit yg suka mancing hal2 yg sebenarnya kita semua gatau (kaya jadwal, kerjaan member itu gimana) dan selalu ngerasa kalo favnya itu korban, sama haus validasi aja sih biar favnya di cap paling oke wkwkwk” (Wawancara @mouleety, 2024)

Berdasarkan wawancara di atas, @mouleety mengatakan bahwa akun kosongan atau *fake account* suka memancing hal-hal yang sebenarnya tidak diketahui semua pihak seperti jadwal dan pekerjaan member yang sesungguhnya itu seperti apa. Para pengguna akun kosongan dianggap selalu merasa idol favoritnya itu korban sehingga para pengujar kebencian melalui akun palsu ini haus akan validasi agar favoritnya dicap sebagai member NCT terbaik dari semua member NCT.

Menurut tulisan dari Akhidatussolihah, dkk (2021) bahwa penggunaan akun palsu marak terjadi di kalangan penggemar K-Pop dan sebenarnya tidak semua bisa mengakses profil dari akun palsu tersebut sehingga sulit untuk menemukan kegiatan lain ketika sedang menebar kebencian dengan leluasa. Akun palsu bersifat rahasia dan sangat privat. Identitas yang digunakan pada media sosial berbeda jauh dari identitas asli pengguna agar tidak mudah ditemukan oleh orang secara bebas. Tampilan akun palsu menunjukkan sisi lain dari si pemilik akun, seringkali unggahan gambar yang tidak teratur dan acak, foto idola yang dipamerkan untuk dihujat, dan cuitan-cuitan kalimat yang hanya diperlihatkan kepada orang-orang tertentu yang sefrekuensi dengannya. Hal tersebut terjadi pada *fandom* NCTzen yang memiliki akun-akun kosong yang dianggap akun *toxic* karena penyebaran ujaran kebencian baik itu kepada idol maupun sesama fans melalui pemanfaatan identitas palsu tersebut.

Menurut artikel milik Nabelliasari dan Widyastuti (2023) bahwa memiliki *fake account* dapat dengan leluasa mengontrol apa dan kepada siapa dalam mengungkap hingga membagikan sesuatu di media sosial. Mereka akan merasa nyaman karena dari akun palsu tersebut dapat berperilaku secara agresif. Hal ini dilakukan oleh pengguna akun kosong yang memanfaatkan identitas palsunya untuk menyerang idol dan memberikan *hate speech* kepada sesama NCTzen karena melalui akun tersebut, seseorang yang menyebarkan hal-hal kebencian merasa aman karena identitas aslinya berpotensi tidak akan terungkap, sama seperti sasaeng, akun-akun palsu yang disalahgunakan dianggap sebagai *haters* dan juga musuh di dalam *fandom*. Seperti yang dikemukakan oleh Simmel (dalam Coser, 1956) reaksi pada suatu kelompok mungkin akan semakin menguat dalam kondisi memiliki musuh dari dalam, yaitu pengkhianat yang dapat mengancam kelangsungan kehidupan damai kelompok tersebut. NCTzen merasakan kondisi memiliki musuh dari dalam akibat eksistensi dari pengguna akun palsu yang menggunakan ava member NCT untuk menebar kebencian sehingga NCTzen di mata publik akan menjadi buruk. Kehidupan damai yang semula tercipta akan menjadi ketidaktenangan karena ulah dari pengguna akun kosong untuk melakukan *fanwar* ke sesama NCTzen.

Pada kalimat selanjutnya, Coser (1956) mengutip pernyataan Simmel bahwa pengkhianatan atau renegeadisme menandakan dan melambangkan penolakan terhadap standar-standar kelompok yang dianggap penting bagi kesejahteraannya. Dalam hal ini, penggemar palsu dianggap sebagai pengkhianat karena telah memasang foto profil dengan menggunakan wajah dari anggota NCT namun tindakan yang dilakukan dapat dikategorikan sebagai *toxic disinhibition* yang dapat menimbulkan rasa kecewa dari para NCTzen. Sama halnya Yulianti (2022) menyebutkan bahwa akun palsu disebut *fintas* untuk menjaga citra identitas mereka di media sosial. *Fintas* ini cenderung membuat seseorang melakukan *toxic disinhibition* yang kemudian di dunia K-Pop muncul *fake fans* atau penggemar palsu dari keberadaan akun-akun palsu yang memasang foto member NCT sebagai foto profilnya yang kemudian menyebar *hate comment*.

6. Pembelaan terhadap Idol

Menurut website dari Kumparan.com yang menuliskan hasil penelitian dari LIPI (Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia) yang mengungkap bahwa K-Popers menganggap idol favoritnya sebagai sahabat dekat mereka. Musik dari grup yang selalu menemani kegiatan sehari-harinya. Sehingga ketika idol kesayangan mereka dihina mereka akan ikut merasakan bahwa hinaan yang disampaikan juga tertuju kepada dirinya (Alhaqi, 2023). Saat terjadinya *fanwar*, NCTzen saling membela untuk kepentingan idol favoritnya. Mereka rela mengeluarkan bukti-bukti untuk menunjukkan bahwa grub favoritnya lebih baik dari grub lainnya. Seperti halnya Dreamzen dengan Chilzen yang sama-sama menyebut grub lawannya sebagai anak emas agensi karena kegiatan yang diberikan terlihat mewah dan menyibukkan idol dan penggemarnya. Sesuai dengan pernyataan Coser (1956) bahwa individu yang berpartisipasi secara intens dalam kehidupan kelompok tersebut akan prihatin dengan kelangsungan kelompok tersebut. Ketika kelompok tidak bersatu untuk melawan penyimpangan maka mempertanyakan kepedulian dan tanggung jawab dalam kehidupan berkelompok dengan mereka, kemungkinan besar mereka akan bereaksi lebih keras terhadap “ketidaksetiaan” tersebut dibandingkan dengan anggota yang kurang terlibat. Selanjutnya, berikut postingan dari @nct_menfess yang berusaha melindungi Haechan dari judul berita yang mengandung *clickbait*:

Gambar 59. Pembelaan terhadap Idol.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024.)

Akun anonim yang mengirimkan pesan di menfess @nct_menfess menandakan adanya tindakan pembelaan terhadap idol karena berita yang ada pada gambar itu tidak sesuai fakta. Fakta yang sebenarnya Haechan tidak sulit menerima keberadaan NCT Wish sebagai unit baru dalam NCT namun Haechan hanya canggung karena mereka belum lama bertemu dan tidak mengalami masa trainee yang sama sehingga kalimat yang diucapkan Haechan banyak yang diputarbalikkan, yang dampaknya sampai ke media berita yang menyebarkan informasi dengan *clickbait* yang dapat memecah belah kepercayaan antar NCTzen kepada Haechan NCT.

Tindakan pembelaan selanjutnya, sesuai dengan pernyataan informan juga pada penyebab *fanwar* salah satunya berlomba-lomba membuktikan grub favoritnya mendapatkan *mistreatment*, Dreamzen menganggap bahwa NCT 127 selalu diprioritaskan karena jadwal mereka selalu stabil dengan member yang lengkap. Sehingga Chilzen merasa mereka pantas mendapatkan hal tersebut karena NCT Dream juga mendapatkan hal yang sama tetapi malah diprotes oleh Dreamzen. Sedangkan Chilzen juga menganggap bahwa NCT Dream menjadi unit yang selalu menjadi anak emas dan juga merasa Mark dan Haechan berhak istirahat setelah kegiatan bersama NCT 127. Hal itulah yang Dreamzen tidak terima karena

menganggap Chilzen tidak memiliki simpati kepada Dreamzen yang sudah menunggu Mark dan Haechan bisa lengkap untuk berkegiatan di NCT Dream. Selanjutnya, strategi pembelaan terhadap idol ini disebutkan juga oleh salah satu informan wawancara yaitu @berrypinkeudery, yaitu:

“Biasa terjadi war dikarenakan adanya ketidakadilan yang di lakukan oleh agensi yang menaungi NCT dan WayV.” (Wawancara @berrypinkeudery, 2024)

Berdasarkan wawancara tersebut, begitu pula dengan WayZenNi yang selalu menjadi garda utama dalam pembelaan terhadap WayV. WayV hingga saat ini belum melakukan tur konser ke mana pun sedangkan dua unit sesama NCT lainnya sudah berkeliling dunia untuk menjumpai NCTzen dengan tur konser yang digelar oleh agensi. WayV diketahui baru melakukan aktivitas tur untuk *fanmeeting* dan tidak untuk *world tour concert*. Itulah yang membuat WayZenNi tidak menyukai agensi SM Entertainment karena kelalaian mereka dalam mengurus grub yang sudah dibentuk sejak tahun 2019. WayZenNi juga kurang mempercayai Dreamzen dan Chilzen ketika dua fans unit tersebut mengatakan mereka juga mendukung WayV walaupun mereka lebih suka *nge-hype* grub favoritnya. Karena ketika ada *streaming party* tentang lagu dan *music video* WayV diketahui fans unit lain kurang dalam berpartisipasi.

Kemudian dari website Kumparan.com dalam tulisannya yang membahas tentang perilaku agresif sebagai bentuk solidaritas K-Popers Indonesia menjelaskan tentang perilaku pembelaan yang agresif kepada kelompok penggemar lain sebagai bentuk pembelaan idola favoritnya yang mendapat hinaan dari antifans menimbulkan solidaritas yang tinggi antar sesama anggota kelompok penggemar. Coser (dalam Poloma, 2010) menyebutkan bahwa konflik di dalam kelompok internal dapat mempererat solidaritas sesama anggota kelompok karena mendapat tindakan tidak menyenangkan dari kelompok luar. Hal pembelaan kepada idol sebagai bentuk solidaritas fans unit untuk membela idol favorit mereka karena mendapat ketidakadilan yaitu *mistreatment* dari agensi sebagai kelompok luar. Karena mereka merasa peran yang begitu besar sebagai fans unit, maka fans tidak

akan sungkan melakukan apa pun untuk menangkis hal-hal buruk yang menimpa idola mereka.

Ketika diancam oleh kelompok lain, mungkin akan dipaksa untuk bersatu (Cosser, 1956). Hal ini terjadi pada NCTzen yang melakukan pembelaan terhadap idol semampu mungkin untuk bersatu membela idol yang terkena masalah, terkadang tindakan seperti itu dianggap berlebihan bagi masyarakat non-Kpop fan karena dianggap sebagai fanatisme. Tohnu Lehtsaar dalam artikel milik Pramesty, dkk (2023) mengatakan bahwa sikap fanatik seseorang maupun kelompok adalah sebagai pembelaan akan sesuatu dengan cara yang abnormal atau ekstrim. NCTzen yang membela secara mati-matian kepada idolanya menjadi ciri dari sikap fanatik. Para penggemar akan selalu menganggap idolanya benar dalam hal apapun dan mencari celah untuk menemukan kebaikan idolanya guna menunjukkan kepada publik jika idolanya *deserve* untuk mendapatkan citra yang baik dari NCTzen maupun yang bukan. Trihandayani, dkk (2023) dalam penelitiannya menyebutkan tentang bagaimana seorang penggemar yang sangat mengagumi idolanya sehingga rasa cinta dan mendukung sepenuh hati secara suka rela dapat dilakukan sepenuhnya. Sama halnya NCTzen yang merasa bahwa ia seorang penggemar yang juga harus mendukung sepenuhnya apa pun keadaan idol dan huru-hara di dalam *fandom*.

B. MEME *FANWAR* SESAMA NCTZEN

Meme merupakan salah satu kreasi visual dari humor yang ada di media sosial khususnya di media sosial X. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sofian dan Khadafi (2022) yang mengutip dari Rod A. Martin, hadirnya humor sebagai hiburan ketika sedang sedih atau frustrasi dengan keadaan yang dialami sehari-hari. Semakin kompleksnya humor, maka kini bisa dinikmati tidak hanya dengan membaca teks bacaan secara lengkap, atau melihat komik saja, pun juga tidak hanya melalui pertunjukan komedi di televisi melainkan humor kini bertransformasi dalam bentuk yang instan dan simpel. Transformasi humor masa kini dalam kreasi visual berbentuk meme yang menjadi tren karena adanya media digital. Kemudian menurut penelitian dari Jabbar (2019) kata meme pertama kali diperkenalkan oleh

Ricard Dawkins. Ide penggunaan kata meme dari Dawkins berasal dari bahas Yunani “*Mimeme*” untuk penyebutan dari satuan terkecil dari sebuah budaya yang mirip gen. Dalam karyanya yaitu *The Selfish Gene*, Dawkins mengatakan:

“We need a name for the new replicator, a noun that conveys the idea of a unit of imitation. ‘Mimeme’ comes from a suitable Greek root, but I want a monosyllable that sounds a bit like ‘gene’. I hope my classicist friends will forgive me if I abbreviate mimeme to meme.”

Seringnya NCTzen terlihat melakukan *fanwar*, maka tidak lepas dari kreasi visual berbentuk meme yang dibuat oleh NCTzen sendiri. Meme ini dibuat sebagai bentuk candaan yang hanya diketahui oleh NCTzen sendiri dan bahkan hanya penggemar NCT yang ada di media sosial X karena merasa terbiasa dengan situasi *fanwar*. Meme yang ditemukan di media sosial X ini benar-benar menggambarkan bagaimana ketidakakuran dan juga sebagai bentuk hiburan dari NCTzen di tengah kesedihan melihat *fandom*-nya sendiri yang hampir tidak pernah akur.

Gambar 60. Meme WayZenNi -127zen vs Dreamzen.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2023.)

Meme tersebut mendapat banyak perhatian karena memosting ulang unggahan sebelumnya dengan menambahkan kutipan dalam postingannya di mana situasi yang mirip digambarkan oleh ketiga *fandom* besar unit NCT yang sering berdebat. Maksud dari akun @todayis_pat menyamakan situasi dengan debat capres. Di mana debat capres yang disoroti antara perdebatan nomor urut 1 dan 3 kompak melawan capres nomor urut 2. Tetapi dalam meme tersebut dimaksudnya untuk WayZenNi yang kompak melawan Chilzen dan Dreamzen.

Gambar 61. Meme war antar unit.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2023.)

Hari-hari normal yang dialami NCTzen yaitu fanwar. Seperti meme pada gambar tersebut terlihat akun @fluffytaeyoyi mengunggah meme yang menggambarkan dirinya yang hanya bisa melihat keributan yang terjadi pada kelompoknya. Meme tersebut menggambarkan penggemar yang tidak ikut dalam kegiatan *fanwar* namun hanya bisa melihat dan berdiam diri. Kemudian dirinya mengatakan bahwa adanya fanwar menjadikan *normal day* pada kehidupan NCTzen yang sebenarnya tidak normal. Meme tersebut untuk menyatakan keresahan penggemar sebagai NCTzen.

Gambar 62. Meme Romantizing NCTzen Life.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2023.)

Meme selanjutnya dibagikan oleh akun @skycastle00. Ia mengunggah empat gambar peperangan yang memperlihatkan kerusakan akibat dari peperangan. Kemudian gambar yang terakhir memperlihatkan seorang pejuang yang memegang

senjata seperti bersiap untuk bertempur di medan perang. Sama halnya seperti NCTzen setiap harinya yang diperlihatkan keributan yang diibaratkan sebuah peperangan di medan tempur. Postingan tersebut sebagai bentuk meromantisasi hidup sebagai NCTzen yang sering *war* antar sesamanya.

Gambar 63. Meme MarkF Ketika Ada Fanwar Antara Chilzen dan Dreamzen.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2023.)

Solo stan dari Mark sebagian juga hanya melihat keributan yang ada di *fandom* NCTzen tanpa ikut melakukan *fanwar* sehingga meme yang dibagikan @skymakeu memperlihatkan bagaimana MarkF sebagai solo stan dari Mark hanya bisa melihat keributan antara Chilzen dan Dreamzen karena mereka tahu bahwa Mark berada di dua unit yaitu NCT 127 dan NCT Dream. Di tengah-tengah proses *fanwar*, MarkF seringkali tidak ikut melakukan *fanwar* seperti meme tersebut yang digambarkan oleh Mark yang sedang menonton pertandingan basket, di mana dua klub basket tersebut diibaratkan sebagai Chilzen dan Dreamzen sedang menjadi lawan satu sama lain dalam satu kompetisi.

Berdasarkan artikel yang ditulis oleh Sofian dan Khadafi (2022) yang mengutip penelitian dari Setyawati, dkk (2019), tidak sedikit meme dikemas dengan komedi satir pada bentuk gambar yang ditambah teks pendek atau *caption* dan video pendek. Pemanfaatan meme untuk hiburan sesuai yang terkait dengan wacana atau isu yang sedang berkembang di masyarakat. Meme merefleksikan

kondisi terkini masyarakat, masyarakat yang melihat meme akan *relate* dengan kejadian yang dialami. Meme merupakan suatu hasil kreatif yang sesuai dengan nilai-nilai individu maupun kelompok yang diwakilinya. Kreasi visual berupa meme di atas dibuat oleh NCTzen yang *relate* oleh sesama NCTzen ketika melihat *fanwar* maupun terlibat *fanwar* antar sesama NCTzen setiap harinya. *Normal day* yang dirasakan membuat sebagian NCTzen membuat lelucon untuk menghibur diri sendiri dan juga antar NCTzen lainnya yang telah lelah dengan masalah di dalam *fandom*-nya. Terciptanya meme tersebut mengurangi situasi tegang di tengah praktik *fanwar* sesama NCTzen. Terciptanya meme juga mengandung nilai-nilai satir atau menyinggung NCTzen yang gemar sekali melakukan *fanwar* yang dapat merugikan diri sendiri dan *fandom*.

Sama dengan yang disampaikan oleh Pratiwi (2022) dalam artikelnya yaitu memuat tentang meme yang biasanya dicari untuk hiburan semata kini postingan meme berhubungan dengan peristiwa yang sedang terjadi atau terkini yang tengah dialami suatu kelompok. Meme berpotensi menjadi viral karena eksistensi dari media sosial khususnya X karena memicu sebuah kelompok untuk berbagi pemikiran yang sama dengan cara yang lucu. Kemudian menurut Fitriana dan Oemar (2020), munculnya meme tidak lepas dari adanya media sosial sebagai alat untuk interaksi sosial masyarakat di dunia maya tanpa bertatap muka namun memiliki suatu situasi yang sama sehingga menjadi luapan kata-kata yang kemudian menjadi pengembangan terciptanya meme. Meme cepat menyebar luas dan viral melalui gambar maupun tulisan dan video pendek. Meme erat kaitannya dengan fenomena sosial yang sedang terjadi di tengah kelompok maka, meme menjadi pesat dan berlanjut tercipta salinan-salinan meme di media sosial khususnya X.

Selanjutnya berdasarkan Wahyudi, dkk (2022) yang menyampaikan bahwa media sosial memungkinkan menciptakan kelompok atau komunitas karena karakter dan inter koneksinya yang memiliki pandangan yang sama dalam suatu diskusi publik misalnya dengan adanya meme menciptakan sebuah alat komunikasi yang hanya diketahui oleh sesama kelompok, pada konteks ini kelompok tersebut

adalah NCTzen. NCTzen sebagai suatu komunitas di media sosial khususnya X, memiliki cara sendiri untuk berkomunikasi satu sama lain karena memiliki pandangan dan diskusi publik yang sama salah satunya melalui meme yang dibuat oleh bagian dari komunitas NCTzen sendiri.

Kemudian dari penjelasan tersebut, Coser (dalam Poloma, 2010) bahwa konflik sosial dapat berfungsi sebagai penguat dalam suatu kelompok sosial. Konflik yang sedang terjadi memperkuat kekompakan internal dan aktif membangun komunikasi. Meme yang telah disajikan di atas tercipta setelah terjadinya konflik antar sesama NCTzen kemudian meme tersebut sebagai alat komunikasi bagi sesama NCTzen yang mana meme tersebut tidak langsung diketahui maksudnya oleh kelompok penggemar lain sehingga adanya meme dapat berpotensi memperkuat jalinan komunikasi antar sesama NCTzen di tengah terjadinya *fanwar* setiap harinya. Menurut Nugraha, dkk (2020) meme yang ada di media sosial X, tersebar ketika pengguna merasa tertarik dan *relate* dengan topik dari gambar meme yang disajikan pada postingan. Pengguna akan mempostingan ulang meme tersebut pada akunnya. Sama halnya ketika banyak NCTzen yang *relate* dengan meme yang ada akan melakukan postingan ulang dan mengukur *relatable* dengan jumlah *like* dan *retweet* yang didapatkan dari meme tersebut.

C. POLA-POLA TERJADINYA *FANWAR* SESAMA NCTZEN INDONESIA DI MEDIA SOSIAL X

Fanwar yang terjadi di dalam kelompok penggemar NCTzen memang tidak memiliki sistem yang terencana, tetapi terdapat pola-pola yang pasti ketika terjadi proses *fanwar*. Pola-pola tersebut ada tiga yaitu *war* di dalam satu akun, *war* melalui kutipan, dan *war* tersebar. Pola terjadinya *war* yaitu adanya satu postingan X yang sekiranya men-*trigger* atau memicu perhatian NCTzen karena membahas tentang NCT. Postingan ini sebagai titik koordinat terjadinya *war* karena dianggap sebagai masalah oleh NCTzen. Setelah itu akan banyak komentar yang ditulis oleh NCTzen yang isinya ada yang mendukung pernyataan tersebut dan juga menyangkal dengan membela idol favoritnya. Dari banyaknya akun yang terlibat, setelahnya banyak merembet ke kasus lainnya dan jarang adanya resolusi konflik

dalam *fanwar* sesama kelompok penggemar ini. Menurut Lestari dan Kusuma (2023) bahwa ada salah satu penyelesaian yang pernah dilakukan yaitu ketika adanya hujatan kebencian kepada Renjun, fans melakukan penyelesaian melalui space di X. Penyelesaian tentang “Safa Space” ini viral di kalangan K-Popers hingga non K-Popers sehingga menambah masalah yang mana membuat citra buruk NCTzen Indonesia karena dengan adanya “Safa Space” tersebut dianggap sebagai hal yang berlebihan dalam membela idol korea.

Tidak ada strategi khusus yang dilakukan oleh para NCTzen di media sosial X, tetapi seringkali perdebatan yang mereka debatkan juga memiliki data berdasarkan sepengetahuan mereka. Sesuai Fitria (2022) bahwa *fanwar* terjadi begitu saja tanpa adanya sistem terencana, penyebab terjadinya *fanwar* datang secara tiba-tiba dan tanpa adanya persiapan khusus. Para penggemar terpancing dengan kalimat-kalimat yang ada di suatu postingan yang berkaitan dengan idola favorit mereka. Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti di media sosial X, proses *fanwar* salah satunya terjadi ketika ada suatu postingan yang memicu kemarahan NCTzen lain. Dari pemicu yang tidak terduga kemudian muncul akun-akun NCTzen yang saling serang satu sama lain. Selain melalui komentar pada satu postingan, mereka juga berkomentar dengan cara memosting ulang dari akun lain.

Sifat perdebatan mereka ini dikatakan asbun¹⁵, karena komentar-komentar yang muncul seringkali tidak dilengkapi data yang lengkap ataupun sumber-sumber dari yang mereka bicarakan. Mereka terlihat hanya sekedar menanggapi tetapi juga tidak mengesampingkan keseriusan pada ketikan yang diketik pada postingan miliknya. Jika komentar yang dikeluarkan suatu akun berpotensi mengakibatkan perselisihan yang besar, maka postingan tersebut dihapus atau hanya disembunyikan dari akun-akun yang bukan mutual¹⁶. Seperti halnya yang disampaikan oleh akun @gudegmatcha, *fanwar* yang banyak terjadi di kolom komentar dan saling serang satu sama lain, kalimatnya yaitu:

¹⁵ Akronim dari kata “asal bunyi” yang digunakan di X merujuk pada kalimat asal bicara tanpa mempertimbangkan fakta terlebih dahulu serta kejelasan dan dampak yang ditimbulkan dari adanya ketidakjelasan dari perkataan tersebut.

¹⁶ Akun yang saling mengikuti satu sama lain/ berteman.

“*War* jenis di komen saling berantem” (Wawancara gudegmatcha, 2024)

Berdasarkan wawancara kepada akun @gudegmatcha, menurutnya bentuk *war* yang selama ini diketahui dan masih terjadi sampai saat ini, terjadi pada komentar suatu postingan. Komentar-komentar pada akun tersebut saling melontarkan *hate comment* sehingga perdebatan pun tidak dapat dihindari. Dampaknya, ketegangan-ketegangan yang ada terus berlanjut sampai waktu yang tidak ditentukan. *Fanwar* perlahan akan terlupakan namun jejak yang mereka tulis dalam postingan membuat nama NCTzen yang semula disebut *fandom* adem, kini sudah tidak menyangang sebutan itu lagi karena adanya *fanwar* yang terus bermunculan yang dipicu oleh berbagai permasalahan yang tidak diduga sebelumnya oleh NCTzen. Kemudian mengenai strategi, disampaikan oleh akun @Crimsonsunset, kalimatnya yaitu:

“Jujur aku aja gak ngerti strategi *fanwar* gimana. Bukannya *fanwar* tuh cuman asbun gitu ya.” (Wawancara Crimsonsunset, 2023)

Wawancara dengan @Crimsonsunset pada 17 Desember 2023, mengatakan jika tidak mengetahui strategi dalam proses *fanwar* antar unit di *fandom* NCTzen. Namun, *fanwar* yang ada terjadi begitu saja dengan kalimat-kalimat yang bersifat asbun atau asal bunyi. Strategi *war* yang tidak terstruktur tersebut dilakukan oleh akun-akun yang melakukan *fanwar*. Kemudian pola-pola *fanwar* sesama NCTzen di media sosial X sebagai berikut,

1. *War* di dalam Satu Akun

Fanwar sesama NCTzen terjadi bisa di salah satu postingan awal mula terjadinya *war*, kemudian melalui satu postingan yang mengarah pada pemicu *war*. *War* dalam satu akun ini terjadi pada postingan salah satu akun yang menjadi pemicu terjadinya *war*. *Fanwar* yang terjadi dalam satu akun terdapat pada permasalahan yang sedang diperdebatkan oleh NCTzen. Konteks pembahasannya tentu saja ada pada permasalahan yang sedang diperdebatkan. *Fanwar* di dalam satu cuitan ini hampir terjadi di semua jenis *war* yang telah dijelaskan pada bab tiga bagian gambaran *fanwar* antar sesama NCTzen. *War* yang berlangsung terdiri atas dua akun atau lebih yang berdebat pada satu cuitan pada salah satu akun. Mereka

saling adu pendapat demi mendapatkan validasi terbaik dari NCTzen lainnya dan berusaha mencari pembenaran atas apa yang disampaikan. Berikut gambar *fanwar* di dalam satu akun:

Gambar 64. War di dalam Satu Akun.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2023.)

Dari gambar tersebut, masing-masing akun saling membalas kemudian mendapatkan like yang banyak sebagai tanda persetujuan dengan apa yang disampaikan. Perbedaan pendapat dan pola pikir dari masing-masing orang yang ada di balik akun-akun yang sedang bertengkar ada pihak pro dan kontra yang menyebabkan *fanwar* terus berlanjut. Hal normal yang dianggap tidak biasa tersebut memang sangat mengganggu ketenangan NCTzen yang lain karena tidak merasa nyaman ketika *nge-hype* tentang NCT.

2. *War* Melalui Kutipan

Selain melalui komentar, beberapa akun menyampaikan pendapatnya melalui kutipan. *Fanwar* sesama NCTzen tidak hanya terjadi pada satu postingan akun yang kemudian berderet melalui komentar tetapi melalui kutipan dari cuitan suatu postingan. Fitur X ini memudahkan bagi NCTzen untuk mengomentari cuitan yang dilihatkan melalui kutipan postingan ulang. Bisa karena cuitan yang diposting tidak membuka kolom komentarnya maupun hanya keinginan dari penggemar lainnya untuk membuka kolom diskusi yang baru. Kegiatan tersebut umum terjadi

pada akun-akun NCTzen yang tujuannya untuk memudahkan mutualnya mengetahui informasi yang sama dengan akun yang mengutip postingan yang lewat di *timeline* X. Berikut contoh *fanwar* melalui kutipan:

Gambar 65. War Kutipan.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024.)

Maksud dari war kutipan yaitu adanya praktik fanwar yang terjadi pada kutipan di media sosial X. Media sosial X memiliki fitur memosting ulang dengan menyertakan kalimat lain dari akun yang mengutip postingan sebelumnya. Sehingga dari satu akun yang memosting tentang kalimat yang mengundang banyak pendapat maka akun yang merasa kontra ataupun pro bisa menunjukkannya pada postingan yang dikutip. Seperti gambar di atas, gambar pertama menunjukkan bukti kepada NCTzen lain bahwa ia mengingatkan tentang prestasi yang dimiliki NCT 127 kepada penggemar unit lain yang menurutnya ribet karena adanya penundaan album. Kemudian gambar selanjutnya akun Chilzen yang menyindir Dreamzen dengan mengutip postingan milik Dreamzen yang merasa bahwa NCT Dream dianaktirikan sedangkan NCT 127 selalu comeback, mengisi ost drama, hingga konser 6 hari lalu dikutip oleh akun Chilzen yang mendoakan hal yang sama.

3. War Tersebar

Melalui kutipan-kutipan tetapi pada pembahasan yang sama, *war* ini yang sering terjadi sehingga menimbulkan kebingungan kepada sesama fans yang tidak mengetahui apa penyebab atau titik koordinat asal muasal terjadinya ketegangan yang ada. Sehingga, *war* tidak lagi terjadi pada akun yang menjadi pemicu *war* tetapi pada satu postingan yang menanggapi permasalahan yang masih dalam

pembahasan yang sama. Berikut merupakan contoh *fanwar* tersebar melalui postingan dari masing-masing akun NCTzen:

Gambar 66. War Tersebar.



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2023.)

Pada gambar yang tersajikan terlihat empat akun yang sedang membeikan opini dan gagasan mereka sendiri tentang isu yang sedang dipermasalahkan di dalam fandom. Namun, fanwar ini menyebar karena tempat mereka melakukan praktik *fanwar* di akun masing-masing, bukan di akun yang menjadi penyebab *fanwar*. Permasalahan yang sedang mereka bahas yaitu mengenai Doyoung NCT yang berkolaborasi dengan McDonald, di mana produk tersebut sedang menjadi target boycott global karena mendukung okupasi dari negara Israel ke Palestina. Tetapi, dalam postingan empat akun tersebut mempermasalahkan NCTzen lain yang mencari kesempatan untuk memberikan ujaran kebencian kepada Doyoung NCT.

Coser (1956) membahas bagaimana konflik berfungsi dalam membangun dan mempertahankan identitas kelompok. Menurut Simmel, konflik menetapkan batasan antar kelompok dengan memperkuat kesadaran kelompok dan kesadaran akan keterpisahan dari kelompok lain. Sikap antagonis yang timbal balik antar kelompok mempertahankan perpecahan sosial dan sistem stratifikasi. “Tolakan” timbal balik ini membentuk identitas berbagai kelompok dalam sistem dan juga membantu mempertahankan sistem sosial secara keseluruhan. Sama halnya yang terjadi pada fandom NCTzen yang pernah sering melakukan *fanwar* antar

penggemar unit. Praktik-praktik *fanwar* yang terekam menjadi pola-pola di atas, yang terjadi di dalam fandom telah menyebar ke fandom lain di luar NCTzen sehingga *fanwar* antar unit atau sesama NCTzen ini telah membentuk kekhasan pada NCTzen. Perbedaan antara kelompok sendiri dan orang luar terbentuk melalui konflik (Trihandayani, 2023). Hal ini mencakup konflik antar sesama NCTzen dengan berbagai pemicunya. Rasa permusuhan antar kelompok disertai dengan ketertarikan untuk bergabung melakukan *fanwar* untuk memperoleh informasi tentang problematika apa yang sedang dibahas. Hal seperti itu cenderung memberikan banyak peluang terjadinya konflik pada kelompok penggemar NCT.

NCTzen mempertahankan identitas kelompok hingga saat ini dengan berbagai sebutan yaitu “*fandom ijo*” dan “*fandom tukang perang bersaudara*.” Pertahanan tersebut ditunjukkan dengan selalu munculnya berbagai hal yang menjadi pemicu terjadinya konflik di dalam fandom yang ternyata banyak dialami oleh NCTzen pengguna media sosial X. Walaupun terjadi pertikaian, *fandom* NCTzen tidak akan pernah bubar selagi NCT belum *disband*. Kelompok penggemar ini akan mempertahankan identitasnya baik itu sebagai fans *all unit*, Chilzen, Dreamzen, dan WayZenNi. Masing-masing *fandom* akan saling menguatkan ketika mengetahui mendapat masalah atau konflik karena tujuan awal seorang penggemar masuk *fandom* karena ingin mencari teman dan juga lebih mendalami informasi tentang grup dan bias-nya walaupun di tengah misi tersebut terjadi konflik seputar idol kesayangan dan juga masalah lain di dalam *fandom*.

Berbagai konflik internal yang mereka toleransi mungkin pada gilirannya mempunyai dampak yang menyeimbangkan dan menstabilkan struktur (Coser, 1956). Berbagai *fanwar* yang telah terjadi pada kelompok penggemar NCT bersifat tidak terencana dan selalu ada memberikan dampak buruk dan baik. Dampak buruknya, para penggemar baik itu sesama penggemar *all unit* maupun penggemar antar unit merasa bahwa *fandom* NCTzen bukan lagi *fandom* yang adem ayem lagi karena terlalu sering meributkan hal yang sebenarnya tidak perlu diperdebatkan namun, jika tidak diperdebatkan akun-akun penyebar kebencian akan semakin menebar kebencian jika tidak ditanggapi dengan cara *report and*

block. *Fanwar* antar unit berpotensi merugikan citra NCTzen sendiri di mata kelompok penggemar grub K-Pop lainnya sehingga dicap sebagai *fandom* yang tidak akur dengan sesamanya.

Hilangnya rasa kepercayaan antar penggemar dan meragukan penggemar lainnya jika mereka tidak tulus mendukung semua kegiatan yang dilakukan oleh para anggota NCT, ini juga merupakan dampak buruk dari *fanwar* sesama NCTzen. Hal baiknya dari fenomena tersebut, dapat dilihat yaitu dengan adanya *fanwar* ini dapat meningkatkan kesadaran untuk lebih mendukung karya yang dikeluarkan oleh NCT baik NCT U hingga NCT Wish yang sedang memantaskan diri untuk menyanggah gelar NCT karena NCT Wish sebagai grub paling muda yang baru saja terbentuk sehingga membutuhkan dukungan penggemar dari unit NCT sebelumnya. Menurut Pramesty, dkk (2023) walaupun sering terjadi masalah di dalam kelompok penggemar tetapi mereka tetap mendukung anggota favorit mereka dan dengan adanya *fanwar* tersebut diharapkan para *haters*, *akgae*, dan *sasaeng* semakin berkurang.

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Konflik *fanwar* sesama NCTzen Indonesia memiliki fungsi antara lain dapat berpotensi memecah kelompok menjadi dua kubu, dapat menyatukan anggota kelompok, bersama-sama melawan pengkhianat kelompok, hingga terpaksa bersatu untuk kepentingan kelompok. Melalui adanya *fanwar* sesama NCTzen di media sosial X ditemukan faktor-faktor dan penyebab terjadinya *fanwar* yaitu dari agensi/menejemen yang menaungi NCT disebabkan oleh agensi membuat *fandom* di dalam *fandom*, promosi yang tidak serupa, jadwal antar unit, dan *mistreatment*. Kemudian dari *fandom* sendiri disebabkan oleh adanya oknum-oknum *toxic*, adanya *sasaeng* NCT, superior fans, perbedaan pendapat dan pola pikir, dan *shipper*. Selanjutnya dari internal NCT karena keberadaan Haechan di dua unit NCT bersama Mark. Selain itu, tujuan *fanwar* sesama NCTzen Indonesia di media sosial X untuk meluapkan kekesalan, kepuasan batin, keadilan, dan mengedepankan ego. Dalam *fanwar* sesama NCTzen Indonesia terdapat *safety valve* (katup penyelamat), yaitu untuk menurunkan jumlah konflik dapat dimulai dari diri sendiri seperti menghindari *fanwar*, tidak terpancing emosi ketika ada yang melakukan *war*, berpikir jernih dan dewasa, bisa menghindari dan tidak mempedulikan *war*, serta tidak saling menyinggung untuk menghargai satu sama lain.
2. Kemudian untuk strategi *fanwar* sesama NCTzen Indonesia di media sosial X menggunakan *hate speech*, sarkas, kemudian dengan menyerang idol, menyenggol sesama NCTzen, dengan menggunakan akun palsu, dan pembelaan terhadap idol. Dalam keadaan yang selalu diapit oleh *fanwar* antar anggotanya, para NCTzen sampai membuat meme untuk hiburan mereka sendiri, meme yang dibuat berkaitan dengan *fanwar* yang sering terjadi dalam kelompok penggemar NCT. Selain itu, strategi yang dilakukan bersifat spontan dan tidak terencana

karena *fanwar* diakibatkan oleh beberapa pihak yang memulai terlebih dahulu tanpa diketahui sebelumnya oleh pihak lain sehingga pola-pola terjadinya *fanwar* sesama NCTzen di media sosial X berupa *war* dalam satu akun yaitu praktik *fanwar* yang dilakukan di kolom komentar salah satu akun yang ikut *fanwar*, kemudian *war* melalui kutipan dengan memanfaatkan posting ulang dengan kutipan pada X untuk menanggapi opini, dan terakhir *war* tersebar yang diposting oleh banyak akun dengan topik pembahasan yang sama.

B. SARAN

1. Bagi NCTzen yang masih sering bertengkar dengan sesama anggota *fandom*, sebaiknya melakukan kontrol diri agar tidak terlibat *fanwar* terlalu dalam karena tidak semua konflik memiliki fungsi menyatukan tetapi dalam kasus tertentu dapat memecah belah anggota kelompok menjadi beberapa kubu. Jika lelah dengan adanya *fanwar* sesama NCTzen, maka rehat bermedia sosial terlebih dahulu.
2. Bagi NCTzen pengguna media sosial X, penulis berharap pilahlah isu *fanwar* di media sosial X yang harus diperdebatkan bukan sekedar agenda *fanwar* yang tidak begitu membahas hal yang penting maka hindarilah karena dapat membuang-buang waktu. Di sisi lain NCTzen terkenal dengan perang saudara maka jika *fanwar* tersebut serius untuk dibahas, maka gunakan kata-kata yang baik agar tidak dikategorikan sebagai ujaran kebencian dan semua hal yang dapat merugikan diri sendiri dan menyakiti orang lain.
3. Bagi penelitian selanjutnya, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam menulis penelitian ini. Harapannya bisa bermanfaat bagi pembaca dan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas tentang *fanwar* di dunia K-Pop khususnya pada *fandom* NCTzen. Saran bagi penelitian selanjutnya, lebih banyak menggali data tentang strategi *fanwar* sesama NCTzen dan juga pembahasan tentang resolusi konflik yang bisa diterapkan dalam *fanwar* sesama NCTzen di media sosial X.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arisandi, H. (2015). *Buku Pintar Pemikiran Tokoh-Tokoh Sosiologi dari Klasik sampai Modern*. Yogyakarta: IRCiSoD.
- Coser, L. A. (1956). *The Functions of Social Conflict*. London: The Free Press.
- Haryanto, S. (2012). *Spektrum Teori Sosial: Dari Klasik Hingga Postmodern*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Redefined*. California: SAGE Publications Inc.
- Maliki, Z. (2012). *Rekonstruksi Teori Sosiologi Modern*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Poloma, M. M. (2010). *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sofian, A. (2023). *Sosiologi Cyber Sebuah Pengantar Memahami Realitas Virtual*. Buku Halah
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Artikel Jurnal

- Abdillah, R., Ibrahim, A. A., Sirait, N. O., Oktavia, N. K., Widyadari, R., Amanda, S. F., & Jansa, S. N. (2023). Studi Psikologi Siber Tentang Dampak Hate Speech Bagi Pengguna Media Sosial. *Sibatik Jurnal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 3459-3472.
- Agnesia, N. P. (2019). Fan War Fans K-Pop dan Keterlibatan Penggemar dalam Media Sosial Instagram. *Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Airlangga*, 1-15.
- Akhidatussolihah, J., Poerana, A. F., & Lubis, F. O. (2021). Dramaturgi Media Sosial: Fenomena Penggunaan Fake Account Instagram Pada Penggemar K-POP Perempuan di Karawang. *Promedia (Public Relation dan Media Komunikasi)*, 108-136.
- Alhidayah, V. S., & Indrayuda. (2020). Toxic. *Sendratasik*, 54-62.
- Ananda, M., Hadi, N., & Meiji, N. H. (2021). Di balik perilaku konsumtif NCTZEN dalam pembelian merchandise NCT (studi kasus komunitas NCTzen Malang). *Jurnal Integrasi dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial*, 1011-1026.

- Andriani, A., Anwar, C. R., Akram, N. F., & Alimuddin, N. A. (2020). Cyberbullying among teenage K-pop fans. *Jurnal Psikologi Pendidikan dan Konseling*.
- Ardhiyansyah, A., Maharani, D. P., Sari, S. P., & Mansur, U. (2021). K-Pop Marketing Tactics That Build Fanatical Behavior. 1st ICEMAC 2020: International Conference on Economics, Management, and Accounting, 66-70.
- Azhari, A. N., & Inayatillah, F. (2022). Bahasa Slang Fans K-Pop Pada Akun Tiktok @Official_NCT. *Bapala*, 117-129.
- Bara, E. A., Nasution, K. A., Ginting, R. Z., & Kartini. (2022). Penelitian tentang Twitter. *Jurnal Edukasi Non Formal*, 167-171.
- Budi, N. A., Aziz, S. A., & Rimang, S. S. (2023). Gaya Bahasa Sindiran Pada Media Sosial. *Jurnal Sinestesia*, 163-174.
- Cahyani, A. S., & Sabardila, A. (2020). Analisa Penggunaan Kalimat Sarkasme oleh Netizen di Media Sosial Instagram. *Lingua Franca: Sastra dan Pengajarannya*, 186-195.
- Dewi, K. R., & Purwandari, E. (2023). Pengalaman Katarsis Penggemar Korean Pop (K-Pop) Di Twitter. Universitas Muhammadiyah Surakarta, 1-22.
- Este, M. R., & Mulyana, R. (2021). Elder Mistreatment: A Clinical, Social, and Legal Concern. *Health & Medical Journal*, 59-68.
- Fadila, N., Nurjanah, W., & Kurniawan, E. D. (2024). Analisis Sifat Inferioritas Dan Superioritas Pada Tokoh Yoga dalam Novel 7 Prajurit Bapak Karya Wulan Nuramalia. *Fonologi: Jurnal Ilmuan Bahasa dan Sastra Inggris*, 75-84.
- Fathonah, S., Nursanti, S., & Tayo, Y. (2022). Hambatan Komunikasi Antarpribadi Mengenai Keterbukaan Diri pada Pengguna Akun Pseudonim (Cyber Account) di Media Twitter. *Jurnal Publisitas*, 17-28.
- Febrianto, D. (2023, April 23). Meresahkan, Shipper BxB BTS Ini Sebarkan Komentar Kebencian pada V BTS Karena Alasan Tak Masuk Akal. Retrieved from kpopchart.net: <https://www.kpopchart.net/k-update/9168555278/topik-khusus.html> (diakses pada 30 Maret 2024)
- Febriyanti, A., & Ekomila, S. (2024). Fenomena Cerita Alternative Universe (AU) Bertema Homoseksual Di Media Sosial Twitter (Studi Etnografi Virtual Pada Akun Base @aubxbfess). *Jurnal Studi Islam dan Sosial*, 1-14.
- Fitria, K. (2022). Cyberspace Sebagai Area Perang Antara Fans Versus Haters K-Pop di Instagram. *Jurnal Kopis: Kajian Penelitian dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam*, 58-73.

- Fitrian, Y., & Pakpahan, R. (2020). Analisa Penyalahgunaan Media Sosial untuk Penyebaran Cybercrime di Dunia maya atau Cyberspace. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarjana Informatika*, 21-27.
- Fitriana, F., & Oemar, E. A. (2020). Analisis Meme "Kok Bisa Ya" di Media Sosial Menggunakan Semiotika Roland Barthes. *Jurnal Barik*, 235-246.
- Hakim, L., & Rukmanasari, F. (2023). Representasi Pesan Motivasi dalam Lirik Lagu K-Pop "Beautiful" By NCT 2021 (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure). *Al-Ittissol: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 19-38.
- Hanifah, Z. N., & Kusuma, R. S. (2023). Budaya Partisipatori Komunitas Penggemar K-Pop Di Twitter. *Univesitas Muhammadiyah Surakarta*, 1-26.
- Hasibuan, H. A. (2023). Metode Penafsiran Hukum Sebagai Alat Mencari Keadilan Hakiki. *Jurnal Legisla*, 136-145.
- Hardiati, W. (2020). Tindak Tutur Kata Sarkastik di Media Sosial. 123-131.
- Hasanah, U., Rahim, A. R., & Syamsuri, A. S. (2021). Analisa Penggunaan Gaya Bahasa Sarkasme Netizen di Media Sosial Instagram. *Journal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 411-423.
- Herlina, L. (2020). Perspektif Islam tentang konflik sosial: Analisis terhadap kondisi konflik politik di media sosial. *Jurnal Wawasan*.
- Illahi, N. K., & Aditia, R. (2022). Analisis Sosiologis Fenomena dan Realitas Pada Masyarakat Siber. *Jurnal Multi Disiplin Dehasen*, 75-82.
- Jabbar, A. K. (2019). Motif dan Kebebasan Berekspresi dalam Meme. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 30-41.
- Karisma, I., & Burhanuddin, A. (2023). Signifikansi Perang Siber dalam Konflik Modern Rusia-Ukraina, Studi Kasus: Wizard Spider dan IT Army. *JISHUM (Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora)*, 800-817.
- Kusumasari, D., & Arifianto, S. (2019). Makna Teks Ujaran Kebencian Pada Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 1-15.
- Lestari, A. E., & Kusuma, R. S. (2023). Analisis Resepsi Pengguna Twitter Terhadap Fan War "Safa Space". *Jurnal Audience*, 440-453.
- Letwory, A. M., & Sihombing, L. H. (2023). Phenomenon of Fandom War in K-Pop Community on Social. *Ekspresi dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 229-238.

- Lutfiyani, A., Purwanto, B. E., & Anwar, S. (2020). Sarkasme pada Media Sosial Twitter dan Implikasinya terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA. *Tabasa: Jurnal Bahasa, Sastra Indonesia, dan Pengajarannya*, 269-284.
- Maulana, M. I., & Muliati, I. (2023). Dampak K-Pop terhadap Akhlak Bermedia Sosial pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang. *An-Nuha: Jurnal Pendidikan Islam*, 10-29.
- Mangowal, M. V., Pasoreh, Y., & Harilama, S. H. (2022). Peran Komunikasi Virtual CMC dalam Mencegah Fandom War di Komunitas Akun Twitter @Treasurebabble. *Universitas Sam Ratulangi Manado, Jln. Kampus Bahu, 95115, Indonesia*, 1-8.
- Markogiannaki, M., Biniari, L., Panagouli, E., Thomaidis, L., Sergeantanis, L., Bacopoulu, N., . . . Tsitsika, A. (2021). Perspective About Onlien Hate Speech: Qualitative Analysis in the SELMA Project. *Acta Medica Academica*, 264-276.
- Mawarti, S. (2018). Fenomena Hate Speech Dampak Ujaran Kebencian. *TOLERANSI: Media Komunikasi Umat Beragama*, 83-93.
- Muttaqin, H. (2019). Urgensi Rekonstruksi Sosiologi Bagi Kajian Cyber Society. *Sosiologi Reflektif*, 105-129.
- Nabelliasari, I., & Widyastuti. (2023). Hubungan Antara Celebrity Worship Dengan Cyber Aggression Pada Penggemar Kpop Usia Dewasa Awal Dalam Platform Twitter. *Jurnal Mahasiswa BK An-Nur : Berbeda, Bermakna, Mulia*, 157-164.
- Nareza, d. M. (2020, Juli 14). *Jangan Anggap Sepele, Ini Bahaya Memendam Emosi*. Retrieved from alodokter.com: <https://www.alodokter.com/jangan-anggap-sepele-ini-bahaya-memendam-emosi>
- Nirwana, N. S., Arindawat, W. A., & Lubis, F. O. (2022). Analisis Semiotik Makna Rasa Penyesalan pada Lirik Lagu "Sorry, Heart" Nct Dream. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 3719-3730.
- Noorikhsan, F. F., Ramadhani, H., Sirait, B. C., & Khoerunisa, N. (2023). Dinamika Internet, Media Sosial, dan Politik di Era Kontemporer: Tinjauan Relasi Negara-Masyarakat. *Journal of Political Issues*, 95-109.
- Nugraha, A., Sudrajat, R. H., & Putri, B. P. (2020). Fenomena Meme di Media Sosial (Studi Etnografu Virtual Posting Meme pada Pengguna Media Sosial Instagram). *Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom*, 1-9.
- Oktaviani, D. S., Suaendi, H., & Afrizal, M. (2024). Penggunaan Bentuk-Bentuk Gaya Bahasa Sarkasme di Channel Youtube Deddy Corbuzier. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9357-9366.

- Pambudi, R., Budiman, A., Rahayu, A. W., Sukanto, A. N., & Hendrayani, Y. (2023). Dampak Etika Siber Jejaring Sosial Pada Pembentukan Karakter Pada Generasi Z. *JSIM: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 289-300.
- Pamungkas, A. D., & Latabulo, D. D. (2023). Interpretasi NCTzen Mengenai Citra NCT dalam Postingan Mendung Tanpo Udan. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 31-43.
- Paraga, S. (2015). Penyelesaian Konflik Dan Ketegangan Sosial Perspektif Hukum Islam. *Ash-Shahabah: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam*, 79-91.
- Piter, D., Andekana, G., & Harahap, R. H. (2022). Analisis Teori Lewis Coser Terhadap Konflik Kepemilikan Tanah di Kabupaten Tebo Provinsi Jambi (Studi tentang Masyarakat Pertanian di Desa Lubuk Mandarsah dengan PT Wira Karya Sakti). *Jurnal Kajian Agraria dan Kedaulatan Pangan*, 37-42
- Pramesty, M. A., Akbar, R. F., & Putri, W. E. (2023). Motif “ARMY Fanatik” dalam Mempertahankan Citra BTS. *Prosiding Seminar Nasional*, 927-937.
- Puspitasari, E. D., & Zahra, A. A. (2023). Pengaruh Deprivasi Relatif Terhadap Rasa Iri Pada Remaja di Lingkungan Keluarga. *Borobudur Psychology Review*, 83-94.
- Putri, A. F., Santosa, H., & Yusriana, A. (2023). Analisis Dinamika Komunikasi Kelompok Penggemar K-Pop Generasi ke-4 (STAY, ATINY, MOA) dalam Menanggapi Fanwar di Media Sosial Twitter. *FISIP Universitas Diponegoro*, 1-14.
- Putri, A. H. (2021). The Representation of Non-Heterosexuality in YouTube: Study on K-Pop Girl Group Music Video. *Jurnal Dakwah dan Sosial*, 201-218.
- Pratiwi, V. L. (2023). Peran Sosiologi Hukum Pada Penegakan Hukum Pelaku Ujaran Kebencian di Media Sosial: Sebuah Literature Review. *Akselerasi: Jurnal Ilmiah Nasional*, 41-46.
- Pramesty, M. A., Akbar, R. F., & Putri, W. E. (2023). Motif “ARMY Fanatik” dalam Mempertahankan Citra BTS. *Prosiding Seminar Nasional*, 927-937.
- Pratiwi, V. U. (2022). Sarkasme pada Meme di Media Sosial Instagram. *GERAM: Gerakan Aktif Menulis Jurnal Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 10-17.
- Rachman, M. F., & Susan, N. (2021). Modal Sosial Masyarakat Digital dalam Diskursus Keamanan Siber. *Jurnal Indonesia Maju*, 1-11.
- Rahmi, H., & Corsini, A. (2020). Tinjauan Fenomena “Hate Speech” dengan Muatan Politik Indonesia dalam Perspektif "Psychological Hatred". *Jurnal Keamanan Nasional*, 285-303.

- Rohayati. (2017). Budaya Komunikasi Masyarakat Maya (Cyber): Suatu Proses Interaksi Simbolik. *Jurnal Sosial Budaya*, 179-189.
- Sahara, N., Marliani, R., & Kurniadewi, E. (2022). Gambaran Konflik Antar Kelompok Penggemar Korean Pop di Media Sosial. *PSYCHE: Jurnal Psikologi Universitas Muhammadiyah Lampung*, 31-46.
- Sandrila, W., & Wahyunengsih. (2023). Motives of Cyberbullying Behavior by Teenage K-Pop Fans on Twitter Social Media . *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora (JURRISH)*, 190-196 .
- Santi, R. D., & Sarmini. (2023). Konstruksi Penggemar Bangtan Boys Dalam Komunitas Adorable Representative M.C. For Youth Di Surabaya Tentang Nasionalisme. *Kajian Moral dan Kewarganegaraan*, 458-473.
- Sari, C. P. (2023). Budaya Penggemar di Dunia Virtual(Studi Etnografi Virtual Pada Penggemar NCT di Instagram. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 4109-4114.
- Silaban, A. P., Larasati, C. D., Mamahit, K. F., & Samosir, Y. A. (2024). Analisis Fanwar Fenomena Perang antar Penggemar K-Pop di Platform Twitter. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 36-45.
- Sinaga, M., Mustika, T. P., & Tamam, M. B. (2023). Fungsi Sarkasme dalam Bentuk Umpatan pada Tuturan Masyarakat Kabupaten Kepulauan Meranti. *Journal of Education*, 14813-14823.
- Sofian, A., & Khadafi, M. R. (2022). Visualisasi Kreasi Humor Covid-19: Pengawasan Penanganan Covid-19 oleh Milenial di Ranah Virtual. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 92-109.
- Sulaeman, M. (2022). *Ilmu Sosial Dasar Teori dan Konsep Ilmu Sosial (Klasik, Modern, dan Postmodern) Edisi Revisi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sumartono. (2018). Semantik dan netnografi sebagai pendekatan penelitian untuk perancangan kembali (redesign) sebuah produk. *Productum: Jurnal Desain Produk (Pengetahuan dan Perancangan Produk)*, 95-100.
- Sutinnarto, & Syaifudin, A. A. (2023). Cyber Community dalam Interaksi Komunikasi Publik Era Society 5.0. *Journal of Social and Political Science*, 1-12.
- Triantoro, D. A. (2019). Konflik Sosial dalam Komunitas Virtual di Kalangan Remaja. *Jurnal komunikasi*, 135-150.
- Trihandayani, T., Lutfiyani, M., & Okta, I. (2023). Fanatisme Pada Fans K-Pop Di Media Sosial Yang Mengakibatkan Fanwar. *Parade Riset Mahasiswa 2023*, 245-256.

- Utami, F. R., Sitasari, N. W., & Rozali, Y. A. (2023). Hubungan Kontrol Diri dengan Clebrity Worship pada ARMY BTS Dewasa Awal. Fakultas Psikologi Universitas Esa Unggul, 43-53.
- Wahyudi, R. F., Cangara, H., & Hasrullah. (2022). Fenomena Meme dan Ruang Publik dalam Media Sosial. *Al-Munzir*, 159-176.
- Waruwu, D. F., & Vera, N. (2020). Ujaran Kebencian di Media Sosial (Studi Netnografi di Akun Instagram @prof.tjokhowie). *AGUNA: Jurnal Komunikasi*, 55-69.
- Wulandah, S. (2023). Fenomena Cyberbullying: Krisis Etika Komunikasi Netizen pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 387-409.
- Qisti, R. P. (2021). Dampak penggunaan konotasi dalam ujaran kebencian kepada penggemar K-Pop di Twitter. *Kongres Internasional Masyarakat Linguistik Indonesia*, 305-315.
- Yulianti, W. (2022). Instagram Sebagai Media Fan war Penggemar K-Pop. *Jurnal Publique*, 1-21.
- Zukhrufillah, I. (2018). Gejala Media Sosial Twitter Sebagai Media Sosial Alternatif. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 102-109.

Skripsi

- Chalifah, R. R. (2022). *Fanwar Fandom K-Pop Secret Number*. *Skripsi*
- Lubis, N. P. (2023). Konflik Komunikasi Antara Unit-Unit Fans NCT (*Neo Culture Technology*) di Twitter (Studi Netnografi Pada Fans Unit-unit NCT). *Skripsi*
- Yulianti, W. (2021). Fenomena *Fanwar* di Kalangan Penggemar K-Pop Pada Media Sosial Instagram. *Skripsi*

Website

- Adrelliarosa. (2020, Desember 4). *Konflik Sosial Bisa Disebabkan Oleh Faktor Berikut Ini*. Retrieved from Kumparan: <https://kumparan.com/berita-update/konflik-sosial-bisa-disebabkan-oleh-faktor-berikut-ini-luiTacE9jKE/full>
- Alhaqi, S. (2023, Desember 2). *Perilaku Agresif sebagai Bentuk Solidaritas K-Popers Indonesia*. Retrieved from Kumparan.com: <https://kumparan.com/siroth-alhaqi/perilaku-agresif-sebagai-bentuk-solidaritas-k-popers-indonesia-21g3gbFOFf6> (diakses pada 18 April 2024, 19:14).

- Anjani, R. (2021, Mei 5). *Arti AU dan Istilah-istilah Lain yang Dipakai Anak Zaman Now di Twitter*. Retrieved from Wolipop: <https://wolipop.detik.com/entertainment-news/d-5558805/arti-au-dan-istilah-istilah-lain-yang-dipakai-anak-zaman-now-di-twitter>
- Azzulfa, M. I. (2022, September 21). Mengenal Teori-Teori Konflik Sosial Menurut para Ahli Sosiologi. Retrieved from tirtoid: <https://tirtoid.com/mengenal-teori-teori-konflik-sosial-menurut-para-ahli-sosiologi-f92J> (diakses pada Rabu 27 September 2023 pukul 12:51 WIB)
- Bestari, N. P. (2022, Desember 30). *Elon Musk Beli Twitter, Baru 3 Bulan Sudah 'Dipecat' Netizen*. Retrieved from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20221230152432-37-401568/elon-musk-beli-twitter-baru-3-bulan-sudah-dipecat-netizen/2>
- Cha, E. (2023, September 18). *September Idol Group Brand Reputation Rankings Announced*. Retrieved from Soompi: <https://www.soompi.com/article/1614440wpp/september-idol-group-brand-reputation-rankings-announced-3> (diakses pada Rabu 20 September 2023 pukul 14:16)
- Chomsah, A. (2023, Juli 11). *Mengenal Macam-Macam Bentuk Konflik Sosial dalam Masyarakat (Modal Deteksi Dini Konflik Umat Beragama) - Part 1*. Retrieved from kemenag.go.id: <https://ntt.kemenag.go.id/opini/724/mengenal-macam-macam-bentuk-konflik-sosial-dalam-masyarakat-modal-deteksi-dini-konflik-umat-beragama--part-1#:~:text=Konflik%20sosial%20berasal%20dari%20bahasa,menghancurkan%20atau%20membuatnya%20tidak%20berdaya.>
- Febrianto, D. (2023, April 23). Meresahkan, Shipper BxB BTS Ini Sebarkan Komentar Kebencian pada V BTS Karena Alasan Tak Masuk Akal. Retrieved from kpopchart.net: <https://www.kpopchart.net/k-update/9168555278/topik-khusus.html> (diakses pada 30 Maret 2024)
- Goal, R. (2020, Agustus 24). *Kebahagiaan dan Kepuasan: Mana yang Lebih Penting?* Retrieved from Kumparan.com: <https://kumparan.com/relationshipgoals/kebahagiaan-dan-kepuasaan-mana-yang-lebih-penting-1u41aEPcb1/full/gallery/3> (diakses pada 1 April 2024, 13:55)
- Hanifatunnisa. (2021). *Bagaimana awal mula NCTzen disebut Sijeuni?* Retrieved from Quora: <https://id.quora.com/Bagaimana-awal-mula-NCTzen-disebut-Sijeuni> (diakses pada Jumat 22 September 2023 pukul 8:41 WIB)

- Isnanto, B. A. (2023, Agustus 10). *Kenapa Twitter Jadi X? Ini Penjelasan dan Perubahan Fiturnya*. Retrieved from detikInet: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-6869515/kenapa-twitter-jadi-x-ini-penjelasan-dan-perubahan-fiturnya> (diakses pada 10 Desember 2023 15:49)
- Katia. (2023). Apa opini kamu tentang masalah "shipper" sesama jenis di dunia K-Pop? Retrieved from Quora.com: <https://id.quora.com/Apa-opini-kamu-tentang-masalah-shipper-sesama-jenis-di-dunia-K-Pop>
- Ko, S. (2024, April 5). [Video] *SM di tempat tes... Bangkit-NCT Wish, temukan makanan masa depan di era baru (3) [Kisah Pemenang K-Culture]*. Retrieved from naver.com: <https://n.news.naver.com/article/016/0002291355?sid=101>
- Koreaboo. (2023, Juli 27). *Fans Are Flabbergasted By Newest Evidence Of NCT Yuta's Mistreatment By SM Entertainment*. Retrieved from Koreaboo.com: <https://www.koreaboo.com/news/nctzens-outraged-newest-evidence-nct-yuta-mistreatment-xenophobic/>
- Kpopchart. (2019, Januari 14). *Ternyata Ini Alasan WayV Tidak Bisa Gunakan Nama NCT di Tiongkok*. Retrieved from Kpopchart.net: <https://www.kpopchart.net/idol-celeb/amp/pr-9166289178/ternyata-ini-alasan-wayv-tidak-bisa-gunakan-nama-nct-di-tiongkok>
- Krambs, G. (2024, Maret 26). *Kapal NCT Paling Populer: Memberi Peringkat Pasangan NCT Tercinta*. Retrieved from strawpoll.com: <https://strawpoll.com/most-popular-nct-ship> (diakses pada 30 Maret 2024, 20:15)
- Kumparan. (2023, Desember 11). *Cara Menghindari Sifat Pilih Kasih ke Anak*. Retrieved from kumparan.com: <https://kumparan.com/berita-hari-ini/cara-menghindari-sifat-pilih-kasih-ke-anak-21jJbTc0hII/full>
- Langit, A. (2022, Desember 1). *Mengenal Displaced Anger dan Penyebabnya, Ketika Seseorang Melampiaskan Rasa Marah ke Orang Lain*. Retrieved from parapuan.co: <https://www.parapuan.co/read/533596485/mengenal-displaced-anger-dan-penyebabnya-ketika-seseorang-melampiaskan-rasa-marah-ke-orang-lain> (diakses pada 1 April 2024, 11:46)
- Lestari, T. Y. (2023, September 21). *Cara Meluapkan Marah yang Sehat dan Bijak, Tanpa Harus Tarik Urat*. Retrieved from klikdokter.com: <https://www.klikdokter.com/psikologi/kesehatan-mental/cara-meluapkan-marah-yang-sehat> (diakses pada 1 April 2024, 11:43)
- Lubis, R. U. (2023, Januari 7). *Ada Fandom BTS dan NCT, Inilah 4 Fandom K-Pop Paling Royal Menurut Pakar Korea Selatan*. Retrieved from pikiranrakyat.com: <https://zonabanten.pikiran->

rakyat.com/entertainment/pr-236081150/ada-fandom-bts-dan-nct-inilah-4-fandom-k-pop-paling-royal-menurut-pakar-korea-selatan?page=2 (diakses pada Jumat 22 September 2023 pukul 8:57 WIB)

Makarim, d. F. (2022, April 4). *Ketahui 5 Manfaat Mengungkapkan Amarah Buat Kesehatan*. Retrieved from halodoc.com: <https://www.halodoc.com/artikel/ketahui-5-manfaat-mengungkapkan-amarah-buat-kesehatan>

Nalendra, R. (2021, Juli 10). *Dampak dan Akibat "Sasaeng Culture"*. Retrieved from takanta.id: <https://www.takanta.id/2021/07/sasaeng-sisi-gelap-dunia-k-pop.html>

Nareza, d. M. (2020, Juli 14). *Jangan Anggap Sepele, Ini Bahaya Memendam Emosi*. Retrieved from alodokter.com: <https://www.alodokter.com/jangan-anggap-sepele-ini-bahaya-memendam-emosi>

Pitaloka, P. S. (2023, Februari 19). *Mengenal Jungwoo, Anggota NCT yang Berulang Tahun Hari ini*. Retrieved from Tempo.co: <https://seleb.tempo.co/read/1693398/mengenal-jungwoo-anggota-nct-yang-berulang-tahun-hari-ini> (diakses pada Rabu 20 September 2023)

Pratama, M. Y. (2021, Juli 10). *Sasaeng: Sisi Ekstrim Dari Fandom*. Retrieved from takanta.id: <https://www.takanta.id/2021/07/sasaeng-sisi-gelap-dunia-k-pop.html>

Pratomo, Y., & Nistanto, R. K. (2021, April 4). *Sejarah Twitter, Jejaring Sosial yang Terinspirasi dari SMS*. Retrieved from Kompas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2021/04/14/20420077/sejarah-twitter-jejaring-sosial-yang-terinspirasi-dari-sms?page=all> (diakses pada 10 Desember 2023 13:45)

Rahmadila, A. (2023, Februari 24). *Berhenti Dengan Konsep Limitless Expansion, SM Umumkan Tak Akan Tambah Anggota NCT*. Retrieved from Kpopchart: <https://www.kpopchart.net/k-update/9167723695/berhenti-dengan-konsep-limitless-expansion-sm-umumkan-tak-akan-tambah-anggota-nct> (diakses pada Rabu 20 September 2023 pukul 13:53)

Sabrina, A. (2023, Juni 10). *BTS, SEVENTEEN, dan NCT Tempati Posisi Teratas Brand Reputasi Kategori Boy Grup Bulan Juni 2023*. Retrieved from RBG.id: <https://www.rbg.id/hiburan/9449090907/bts-seventeen-dan-nct-tempati-posisi-teratas-brand-reputasi-kategori-boy-grup-bulan-juni-2023> (Diakses pada Rabu 20 September 2023 pukul 14:18)

SiloamHospitals, T. M. (2023, September 21). *Superiority Complex, Kepercayaan Diri Berlebihan pada Seseorang*. Retrieved from siloamhospitals.com:

<https://www.siloamhospitals.com/informasi-siloam/artikel/apa-itu-superiority-complex>

Tamtomo, A. B. (2022, Februari 11). *INFOGRAFIK: Negara Paling Banyak Bicarakan K-Pop di Twitter, Indonesia Teratas*. Retrieved from Kompas.com:

<https://www.kompas.com/cekfakta/read/2022/02/11/111100582/infografik-negara-paling-banyak-bicarakan-k-pop-di-twitter-indonesia>

Tanaya, D. A. (2021, November 5). *Basmi Sifat Toxic Dalam Diri*. Retrieved from Kementrian Keuangan Republik Indonesia:

<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-jakarta2/baca-artikel/14375/Basmi-Sifat-Toxic-Dalam-Diri.html#:~:text=Istilah%20ini%20diungkapkan%20untuk%20orang,meiliki%20hubungan%20sosial%20yang%20baik>.

Vita, M. D. (2020, Juli 30). *SM Entertainment Kabarnya Resmikan 11 Logo Klub Penggemar EXO hingga NCT, Mirip Lambang Asrama Harry Potter, Intip Desainnya!* Retrieved from Parapuan:

<https://www.grid.id/read/042269311/sm-entertainment-kabarnya-resmikan-11-logo-klub-penggemar-exo-hingga-nct-mirip-lambang-asrama-harry-potter-intip-desainnya?page=all>

Wan-sik, M. (2024, Januari 18). *NCT WISH, debut kejutan di bulan Februari*. Retrieved from Naver:

<https://n.news.naver.com/entertain/article/108/0003209772> (diakses pada 20 Januari 2024)

Yudanti, A. P., & Anata, I. (2023, Oktober 2). *Mengapa Agensi Penting untuk Grup Idola Korea?* Retrieved from kompas.com:

<https://www.kompas.com/tren/read/2023/02/08/133900365/mengapa-agensi-penting-untuk-grup-idola-korea?page=all>

Zakawali, G. (2022, November 4). *Intip Sejarah Aplikasi Twitter Hingga Dibeli Elon Musk*. Retrieved from Sirclo Store:

<https://store.sirclo.com/blog/aplikasi-twitter/> (diakses pada 10 Desember 2023 14:38)

Wawancara

berrypinkeudery. (2024, Januari 31). Wawancara Tentang Fanwar Sesama NCTzen. (desyanityas, Interviewer)

chiesmiez. (2024, Januari 24). Wawancara Tentang Fanwar sesama NCTzen. (desyanityas, Interviewer)

- chowkibear. (2024, Januari 24). Wawancara Tentang Fanwar Sesama NCTzen. (desyanityas, Interviewer)
- Crimsonsunset. (2023, Desember 17). Wawancara Tentang Fanwar Sesama NCTzen. (desyanityas, Interviewer)
- dhyckst. (2024, Januari 24). Wawancara Tentang Fanwar Sesama NCTzen. (desyanityas, Interviewer)
- gudegmatcha. (2023, Desember 26). Wawancara Tentang Fanwar Sesama NCTzen. (desyanityas, Interviewer)
- jeongharuu. (2023, Desember 13). Wawancara Tentang Fanwar Sesama NCTzen. (desyanityas, Interviewer)
- juwlp. (2024, Januari 24). Wawancara Fanwar Sesama NCTzen. (desyanityas, Interviewer)
- leejeloululuu. (2024, Juni 26). Wawancara Tentang Sarkas sebagai Strategi Fanwar sesama NCTzen di X. (desyanityas, Interviewer)
- lesbeacoup. (2024, Januari 26). Wawancara Tentang Fanwar Sesama NCTzen. (desyanityas, Interviewer)
- mouleety. (2024, Januari 24). Wawancara Tentang Fanwar Sesama NCTzen. (desyanityas, Interviewer)
- naynay_66. (2023, Desember 18). Wawancara Tentang Fanwar Sesama NCTzen. (desyanityas, Interviewer)
- strawdery_. (2023, Desember 31). Wawancara Tentang Fanwar Sesama NCTzen. (desyanityas, Interviewer)
- Veymatcha. (2024, Januari 25). Wawancara Fanwar Sesama NCTzen. (desyanityas, Interviewer)

LAMPIRAN

Pertanyaan Wawancara

1. Seberapa sering anda melihat *fanwar* antar unit?
2. Bagaimana pandangan anda tentang *fanwar* antar unit?
3. Menurut anda hal-hal apa saja yang dapat memicu terjadinya *fanwar* antar unit?
4. *Fanwar* jenis apa yang sering dilihat?
5. Bagaimana proses *fanwar* yang biasanya anda temui?
6. Anda seorang fans all unit, Chilzen, Dreamzen, atau WayZenNi?
7. Cara apa yang bisa meredakan *fanwar* sesama NCTzen?
8. Apa tujuan mereka melakukan *fanwar* antar sesama NCTzen?
9. Bagaimana strategi *fanwar* yang anda ketahui?

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama Lengkap : Desyani Eka Ningtyas
Tempat, Tanggal Lahir : Kab. Pasir, 9 Desember 2001
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Dusun Kalijati RT 003/ RW 004, Desa
Merbuh, Kec.Singorojo, Kab. Kendal, Jawa
Tengah
Nomor Hp/WA : 081327512975
Alamat E-Mail : desyanityas@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. SDN 015 Paser Belengkong : 2008-2011
2. SDN 1 Merbuh : 2011-2014
3. SMPN 1 Singorojo : 2014-2017
4. SMAN 1 Boja : 2017-2020
5. UIN Walisongo Semarang (S1) : 2020-2024

C. Riwayat Organisasi

1. Anggota Shorinji Kempo UIN Walisongo Semarang Tahun 2020
2. Anggota dan Pengurus Divisi Humas Shorinji Kempo UIN Walisongo Semarang Tahun 2021
3. Anggota dan Pengurus Divisi Pengkaderan Shorinji Kempo UIN Walisongo Semarang Tahun 2022.

Kendal, 28 Mei 2024

Desyani Eka Ningtyas