

Humanitaria: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

ISSN : 2962-2948

E-ISSN : 2962-293X

DOI : doi.org/10.14421/hum.v2i1.2648

Vol. 2 No. 1, Juli 2023

<https://ejournal.uin-suka.ac.id/isoshum/humanitaria>

Juvenile Conflict: The War Among K-POP Idol Fans on Twitter

Miftahana Alfira Izzati, Elisa Fitrotul Muthoharoh,

Isnaini Nur Adibah, Asfarina Wiegya Qaulan Syadida, Ihya' Ulumuddin

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Email: 20107010040@student.uin-suka.ac.id

Abstract

The target of this hypothesis is to exhibit that the Korean Wave, also known as Korean Hallyu, currently controls the entertainment industry. Similarly, what transpired in Indonesia? Publications claim that Indonesia has the highest population of K-POP followers worldwide. Based on a survey's got the latest by Kumparan.com and IDN Times, it was stated that 57% and 47.4% of K-POP fans were teenagers. This proves that the big chunk of K-POP enthusiasts in Indonesia are millennials. Teen fans who are known to be unable to control their emotions and have less self-control will be easily provoked when they see differences of opinion regarding their idol. This will give rise to verbal wars between K-POP fans or Fan wars. Gaining knowledge about fan conflicts among young K-POP fans and its effects is the main goal of this study. A literature research was used as the methodology. The study's data showed that the fan war's effects on millennials have both positive and bad aspects. Where the existing impact certainly influences the daily life of these idol fans.

Keywords: Juvenile Conflict, Fan war, K-POP, Social Media.

PENDAHULUAN

Beberapa tahun terakhir ini, perkembangan dunia hiburan meningkat dengan pesat karena didukung oleh perkembangan teknologi yang tiada habisnya. Tidak terkecuali pada dunia hiburan yang berasal dari Negara di

selatan Semenanjung Korea hingga sapaan akrabnya adalah *Korean Culture* ataupun “*hallyu*”. Salah satu jenis hiburan dari Korea Selatan tersebut yakni musik pop atau yang biasa disebut sebagai K-POP. K-POP identik dengan penyanyi grup yang berjenis kelamin perempuan (*girlgroup*) ataupun laki-laki (*boygroup*). Biasanya, masing-masing dari grup K-POP tersebut memiliki sekumpulan penggemar yang tergabung dan membentuk sebuah *fandom*.

Korean Wave atau *Korean Hallyu* telah mendominasi pasar hiburan saat ini. Begitu yang terjadi pada Indonesia. Bahkan dilansir dari yoursay.id, Indonesia menempati peringkat pertama dengan jumlah penggemar K-POP terbanyak di dunia, yang disusul oleh Jepang pada peringkat kedua serta Filipina pada urutan ketiga. Data tersebut diambil dari Twitter Korea yang merilis 20 negara terbanyak yang membicarakan K-POP selama periode 1 Januari hingga 31 Desember 2021. Kemudian data dari indozone.id, mengungkap bahwa Indonesia berada di peringkat kedua dengan jumlah penggemar K-POP terbanyak setelah Korea Selatan. Data tersebut diambil dari Youtube yang mengungkap data tahun 2020, Indonesia berada di peringkat kedua dengan total tayangan K-POP sebanyak 9,9%. Detik.com juga mengungkap data dari Spotify yang menunjukkan bahwa Indonesia menempati peringkat kedua terbanyak yang memutar lagu K-POP di platform musik tersebut pada tahun 2020. Lagu-lagu K-POP tersebut telah didengarkan lebih dari 41 miliar kali. Beberapa data tersebut telah menunjukkan bahwa jumlah penggemar K-POP di Indonesia tidaklah sedikit.

Kumparan.com melakukan survei kepada 100 orang penggemar K-POP, hasilnya menunjukkan bahwa 57% penggemar berusia 12-20 tahun, 42%

penggemar berusia 21-30 tahun, serta sisanya berusia 30 tahun. Survei lain yang dilakukan oleh IDN Times pada tahun 2019 mengungkapkan hal yang senada dengan survei kumparan. Hasil dari survei ini menyebutkan bahwa 40,7% penggemar K-POP di Indonesia berasal dari kelompok berumur 20-25 tahun, 38,1 % dengan rentang usia 15-20 tahun, 11,9 % berusia lebih dari 25 tahun dan 9,3% berasal dari kalangan dengan rentang usia 10-15 tahun. Jika ditotal, kelompok remaja memegang presentase terbesar, yakni sebesar 47,4%. Dari kedua hasil survei tersebut menunjukkan bahwa mayoritas penggemar K-POP di Indonesia di dominasi oleh kalangan remaja.

Di era yang serba teknologi ini, informasi mengenai idola K-POP sangat mudah didapatkan melalui media sosial. Media sosial yang diaksud dapat berupa Instagram, Twitter, maupun Tiktok. Dalam media sosial, penggemar dapat berbagi informasi satu sama lain mengenai idola mereka atau bahkan saling menjatuhkan dengan penggemar grup idola yang berbeda. Hal ini didasari oleh antusiasme yang tinggi dari penggemar untuk mengikuti segala hal mengenai idolanya sehingga berujung pada fanatisme yang muncul dalam diri penggemar. Fanatisme sendiri merupakan bentuk dari antusiasme dan kesetiaan yang berlebih atau ekstrem (Febriany et al., 2022). Penggemar yang fanatik memiliki keyakinan bahwa suatu hal yang dianggap benar oleh mereka akan dipertahankan, sedangkan hal yang berbeda pemahaman dengan mereka akan di perdebatkan (Ardis, N., Khumas, A., & Nurdin, 2021).

Penggemar remaja yang dikenal belum mampu mengendalikan emosi dan memiliki kontrol diri yang kurang akan mudah terpancing apabila melihat perbedaan-perbedaan pendapat yang berkaitan dengan idola mereka. Hal

tersebut akan menjadikan penggemar saling mencibir dan menimbulkan perpeperangan secara lisan antar penggemar K-POP atau biasa disebut sebagai *Fan war* (Lastriani, 2018). Bentuk *Fan war* yang sering dijumpai di media sosial (Instagram, Twitter, Tiktok, dll) yaitu dengan memberikan kritikan jahat kepada penggemar lain mengenai idola K-POP, saling menyindir dan saling menjatuhkan satu sama lain. *Fan war* bukanlah sebuah fenomena yang baru. Fenomena ini terus terjadi dan seperti tidak ada ujung penyelesaiannya. Hal ini dikarenakan para penggemar yang tidak mau saling mengalah dan merasa bahwa idolanya adalah yang paling baik dan paling benar diantara idola K-POP lainnya.

METODE

Riset ini menerapkan rancangan riset kualitatif. Metodologi yang diterapkan dalam riset ini menggunakan studi pustaka atau literatur. Bahan eviden yang diterapkan dalam riset ini menggunakan eviden sekunder yang berasal dari riset-riset terdahulu. Penerapan metodologi ini disesuaikan dengan tujuan pokok riset, yaitu mendeskripsikan dan menganalisis mengenai kebiasaan remaja yang mengidolakan artis K-POP sehingga memunculkan *Fan war* pada media sosial twitter.

Penggunaan media sosial berupa twitter merupakan strategi awal dalam teknik pengumpulan data dikarenakan dalam twitter terkandung cukup data yang berkaitan dengan riset. Banyaknya data ini tentunya sangat bermakna bagi riset ini yang bisa di dapatkan dari user atau pengguna di berbagai belahan dunia. Pemanfaatan aplikasi yang mudah menjadikan aksesibilitas yang fleksibel

hingga jadi poin terpenting dalam melakukan penggalian data di dalam media sosial sebagai salah satu teknik pengumpulan data dalam riset ini.

KAJIAN TEORI

1. Remaja

Remaja merupakan salah satu podes dari tumbuh kembang, yang merupakan transformasi dari kanak-kanak menuju dewasa. Pada jenjang ini, anak-anak sendiri melakukan akselerasi dalam pertumbuhannya. Perubahan yang terjadi dalam masa ini baik perubahan fisik maupun perubahan psikologis. Dampak dari hal ini adalah remaja merupakan salah satu yang sangat rentan mengalami masalah yang berkaitan dengan psikososial, yaitu masalah psikis atau kejiwaan yang terjadi diakibatkan adanya sebuah perubahan social (Rahayu et al., 2020).

Berkaitan dengan kategori masa remaja sendiri, menurut Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) remaja merupakan anak-anak dengan Batasan usia 12-24 tahun. Sedangkan menurut Undang-Undang Perlindungan Anak No 23 Tahun 2002, batasan usia dari remaja sendiri adalah 10 – 18 tahun.

Dalam paparannya, menurut WHO ada tiga parameter yang dipakai; generik, kognitif, dan *socio-economic*, yakni: (1) pribadi yang mulai tumbuh saat awal ia memperlihatkan ciri-ciri genetikal sekundernya hingga mendekati kedewasaan genetikal, (2) pribadi yang menjalani pertumbuhan psikis dan pola rekognisi dari kanak-kanak hingga seperti dewasa, dan (3)

terdapat transformasi dari kecenderungan *sosio-economic* yang dominan terhadap kondisi yang lebih berdikari (Sarlito Wirawan Sarwono, 2010)

2. K-POP

K-POP sendiri sudah sangat tidak asing bagi banyak orang. K-POP merupakan sebuah industri budaya komersial dimana dalam musiknya sendiri menjunjung musik pop dengan kualitas yang tinggi, tidak hanya berhenti disitu. K-POP juga menampilkan visual yang sangat menarik baik dari estetika video klipnya maupun dari bintang K-POP tersebut (Lastriani, 2018).

Lahirnya fanatisme yang energik terjalin saat memaknai K-POP, dalam hal ini para idol mereka membuat para pemujanya mampu menciptakan paduan sentimen yang energik terhadap koneksi dengan Idolanya dan kegiatan keseharian para fans dengan penafsiran fans terhadap imajinasi, cita-cita, harapan, motif para fandom terhadap idolnya, watak dan gerak-gerik mereka kemudian menjadi patokan bagi Fans hingga kemudian mereka menjadi pandangan dalam kehidupan nyata.

Fan war adalah sebutan yang tidak asing bagi fans K-POP. *Fan war* terdiri atas dua padanan kata, yakni; *fan* (pemuja) dan *war* (perang), hingga akhirnya *Fan war* disebut perang yang terjadi diantara fans K-POP (K-POPers) (Lastriani, 2018).

PEMBAHASAN

Masa remaja identik sering diartikan sebagai masa pergantian antara masa anak-anak menuju dewasa. Ia belum dapat dikatakan dewasa, namun ia

juga sudah tidak anak-anak lagi. Dalam tahap ini, anak mulai mengalami percepatan dalam pertumbuhannya baik secara fisik maupun psikologis. Selain itu usia remaja yang merupakan sebuah masa dimana dalam masa ini banyak menjadi sorotan, hal ini dikarenakan memang fase perkembangan yang unik. Oleh karena itu di masa ini remaja sangat rentan sekali mengalami masalah berkaitan dengan psikososial (Rahayu et al., 2020). Masa remaja ini banyak dihabiskan oleh individu untuk berinteraksi dengan teman-temannya, tak dipungkiri ini pun dapat menyebabkan konflik. Konflik yang terjadi pun tidak hanya dengan teman sebaya, melainkan juga dengan berbagai tingkatan usia dengan berbagai penyebab yang berbeda.

Masa remaja berada dalam status yang *interim* sebagai akibat dari posisi yang diberikan oleh orang tua dan sebagian diperoleh dari usaha mereka sendiri yang selanjutnya memberikan prestise tertentu padanya (Fatmawaty, 2018). Karena masa remaja adalah masa mencari jati diri, ia terkadang kurang dapat memberikan prestise tertentu dari dirinya yang nantinya akan ditujukan ke padanya. Oleh sebab itu, banyak dari remaja yang mencari prestise untuk dirinya dari luar seperti dari idola. Salah satunya yaitu dengan menjadi fans artis yang berasal dari Korea Selatan. Individu yang mengidolakan artis dari Korea Selatan tersebut sering disebut dengan K-POP.

Korean-POP (K-POP) merupakan bisnis kebudayaan profitable dimana menjunjung tinggi irama pop dengan kualitas luhur dan gambar yang amat mempesona. Ia bukan sekedar menunjukkan kecemerlangan yang cakap dari visualisasi iramanya, namun dari K-POP itu sendiri, itu menunjukkan estetika yang hampir murni dari bintang-bintang K-POP ini (Lastriani, 2018). K-POP

sendiri akhirnya menjelma sebagai efek kultur paling laris di benua Asia bagian timur hingga merambah di penjuru bumi. Tak terkecuali di Nusantara ini.

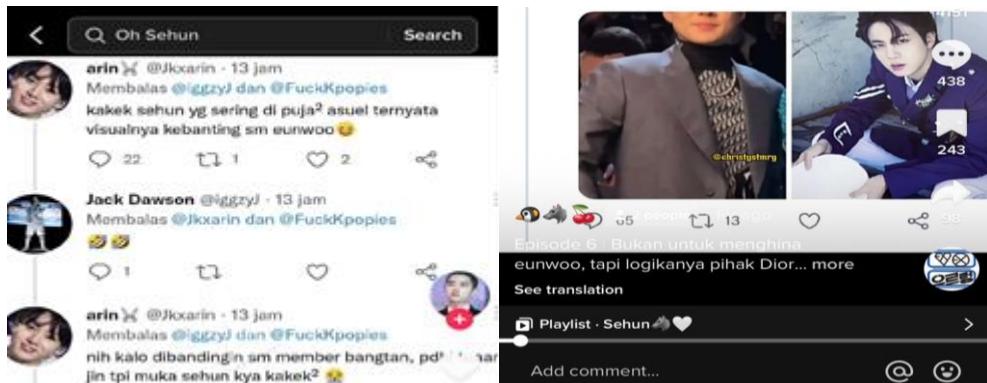
Seperti yang sudah kita ketahui, dewasa ini K-POP menjadi salah satu fenomena yang sangat digandrungi oleh berbagai kalangan. Bahkan K-POP sendiri juga sangat populer dalam kalangan remaja. Fenomena K-POP sendiri menimbulkan dampak yang beraneka ragam, terutama di kalangan remaja. Dimana dalam hal ini remaja juga merupakan salah satu dari tingkatan usia yang dapat dinilai masih labil, sehingga seringkali terpancing emosinya akan hal-hal yang sebenarnya dinilai kurang perlu untuk dipermasalahkan. Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh (Janah et al., 2014), Pada akhirnya, remaja mempunyai hasrat yang tinggi untuk menjadi pemuja yang militan, yang tergabung dalam suatu komunitas dan biasa disebut fandom. Akibat itulah saat mulai tumbuh dewasa mereka terpapar pengaruh kondisi sosial hingga mereka saat itu ingin mengutamakan kepentingan kalangan maupun generasi mereka.

Salah satu dampak dari adanya fenomena fanatisme K-POP yang sangat populer ini adalah *Fan war*. *Fan war* merupakan salah satu istilah yang sudah tidak asing lagi di kalangan penggemar K-POP. Kenyataannya, *Fan War* mengakar pada dua padanan kata, yaitu *Fan* dengan arti pemuja dan *War* yang memiliki arti konflik. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat diketahui bahwasannya arti dari *Fan war* merupakan sebuah konflik (perang) antar sesama penggemar K-POP (Fatmasari & Sawitri, 2020) (Lastriani, 2018). Dalam kalangan remaja sendiri, *Fan war* merupakan sebuah aktivitas yang dilaksanakan pemuda-pemuda tersebut guna mendukung maupun

menggelincirkan individu atau gerombolan idola yang mengatasnamakan K-POP idol.

Salah satu hal yang muncul dikarenakan populernya fenomena berkaitan dengan K-POP dikalangan remaja sendiri adalah komunitas virtual. Komunitas virtual merupakan sebuah kumpulan anggota yang berada dalam jaringan internet, dengan adanya motif tertentu (Arung Triantoro, 2019). Misalnya adalah hobi, kebutuhan, cara pandang, dan latar belakang. Tak terkecuali komunitas virtual yang terjadi antar fans K-POP yang dilatarbelakangi oleh kesamaan di antara kesenangan mereka terhadap musik K-POP. Selain itu komunitas virtual yang terjadi antar fans K-POP sendiri merupakan sebuah hubungan yang terjalin diantara para fans masing-masing grup K-POP. Fans dari masing-masing grup sendiri seringkali disebut dengan istilah *fandom*.

Dalam beberapa hal, seringkali kita menemukan kefanatikan akan suatu hal, tak terkecuali antar fans dari K-POP ini. Apabila ada idol K-POP tentunya ada fans, dimana fans dari masing-masing idol ini tidak hanya mengagumi sang idol tersebut. Melainkan juga mendukung idol mereka dengan mengikuti kegiatan yang dilakukan oleh idol mereka, membeli *merchandise*, menonton konser, ataupun menonton film yang dibintangi oleh idol mereka. Para fans terutama remaja tersebut, seringkali menunjukkan fanatisme yang mereka miliki terhadap khalayak, dimana saat ini ranah yang paling mudah dijangkau adalah melalui media sosial. Salah satu diantaranya adalah terlihat dari potret berikut ini.



Gambar 1. Postingan Fans di Twitter yang mengandung ujaran kebencian

Dari gambar tersebut, bermula dari salah satu fans yang menyandingkan salah satu member dari boyband Korea (Sehun dari boyband EXO) dengan salah satu fans mereka yaitu Cha Eun Woo. Pada Intinya, perbandingan yang dimaksud oleh fans tersebut mengarah pada kebencian yang ditujukan kepada penggemar Sehun. Tampilan wajah atau visualnya sangat berbeda dengan Cha Eun Woo, visual Cha Eun Woo lebih baik daripada Sehun menurutnya. Kemudian ada salah satu fans yang mengomentari dengan *emoticon* tertawa. Mungkin menurut fans tersebut, balasan komentar tersebut ada yang mendukungnya. Kemudian ia mengirimkan lagi yang postingan berisi ujaran kebencian dengan ditambah foto pendukung. Namun, pada balasan kali ini, ia menyandingkan Sehun salah satu member EXO dengan Jin salah satu member Bangtan. Pada intinya perbandingan yang dimaksud merendahkan visual dari Sehun EXO. Bahkan, ia mengatakan bahwa visual Sehun seperti kakek-kakek.

Postingan semacam ini sangat rentan untuk mengundang konflik antar *fandom* K-POP. Hal ini bukanlah tanpa alasan, saat tergabung dalam *fandom*, aktivitas yang dilakukan oleh individu semakin luas, beragam, dan kompleks

karena dalam *fandom* tersebut adanya sebuah pengalaman kolektif (Nugraini, 2016). Secara tidak langsung, aktivitas dalam gambar tersebut memunculkan karakter beringas dengan lisan pada social media. Karakter tersebut seperti berdebat yang menunjukkan ketidaksukaan, menyebar gosip, dan bersikap sarkastis yang menyakiti orang lain (Buss & Perry, 1992 dalam Eliani, dkk.). Perilaku yang ditampilkan oleh fans tersebut juga didorong oleh fanatisme berlebihan dari individu. Mungkin saja, perilaku yang ditampilkan individu tersebut sebagai wujud balas dendam karena mungkin *fandom* lain pernah mengejek idol kebanggan mereka. Perilaku seperti ini bak lingkaran setan yang sulit untuk diputus karena akan membuat salah satu pihak yang tidak terima bisa saja membalas dengan sama-sama mengejek idol yang disukai oleh lawan.

WYL 🇮🇩 💙 5 @NotWYLL · 5 hari
people who still do the whole fandom war between **exo** and **bts** need to seriously get a grip lets be fr they are near 30 year old men do you think they care about this shit it is so embarrassing lmao

dude @atleastssaysorry · 3 hari
mampus bgt kalo anggota **exo** ada yg ft sm **bts** 🙄.ngakak sekebon. yg war pd muntah darah ga tu

Ara @ara47853234 · 3 hari
Membalas @ara47853234 dan @eemamiya
Trs untuk pegang kepala, EXOL marah krn kemarin ada yg setuju bukan bahwa **BTS** ngk akan foto pegang kepala jg kl wamil sambil ngehina member **EXO**. EXOL sebenarnya mls **war** karena rata² EXOL itu udh dewasa(mksdnnya bekerja, kuliah dll) sedangkan yg di sebelah kan banyak banget fansnya

Kukeela @Dragon_Effec · 3 hari
Membalas @Demianchael
Fandom ini lma2 kelihatan aneh gak sih. Maksa bgt hal receh dijadikan bahan war. Idol2 lain war streaming, vote, award, chart dll. Klo kata ngabers or non kpop dah dikatain "Kpopers alay." Mreka maksa buat seolah2 **BTS** obses ke **EXO**. Obses masalah receh? Klo obses ke prestasi iya.

Gambar 2. Komentar para Fans hingga aksi hujat di Twitter

Selanjutnya, berkaitan dengan gambar di atas awal mulanya dikarenakan postingan dari akun twitter @officialkvibes. Perdebatan yang ada di laman komentar twitter tersebut, berawal dari sebuah postingan dari member BTS yang memegang kepala plontos dari salah satu membernya yaitu Jin sebelum memasuki kamp militer. Karena seperti yang kita ketahui bersama, bahwasannya di Korea terdapat wajib militer bagi para warga negara laki-laki. Postingan tersebut menimbulkan sebuah konflik bagi para fans, yang lebih seringnya merupakan rentang usia remaja.

Dalam foto yang di post oleh akun tersebut, dibanjiri oleh komentar dari fans EXO yang menilai bahwasannya para anggota dari grup BTS tersebut meniru idol mereka yaitu EXO. Sehingga mereka memberikan komentar yang dinilai cukup mengandung ujaran akan kebencian antara fans dari EXO kepada fans BTS. Hal ini merupakan salah satu bentuk *Fan war* antar fandom dalam laman digital.

Dalam dunia K-POP sendiri golongan dari *Fan war* sendiri sebenarnya terdapat dua hal, yaitu fandom apabila mereka berbentuk kelompok serta K-POPer individu. tujuan dari remaja yang ada di jejaring media sosial melakukan *Fan war* adalah untuk menunjukkan bahwasannya masing-masing dari mereka merupakan bagian dari fandom tersebut. Atau secara lebih sederhana untuk menunjukkan bahwasannya mereka merupakan fans dari idol tersebut.

Fan war dalam dunia digital, yang terjadi pada remaja tersebut merupakan sebuah bentuk persaingan antara kelompok idol. Padahal sebenarnya yang diperdebatkan antara kedua fandom ataupun K-POPers individu tersebut bukan merupakan sebuah hal yang dapat dinilai plagiat.

Dengan contoh seperti di atas yaitu hanya karena adanya kemiripan dalam gaya berfoto. Namun tak menutup kemungkinan, bahwa hal tersebut menimbulkan perdebatan karena mereka merupakan bagian dari fans fanatik masing-masing idol. Dimana mereka tentunya akan terus membela dan memuji idol mereka. Selain itu *Fan war* sendiri seringkali tidak terjadi hanya dalam kurun waktu sehari ataupun dua hari, melainkan *Fan war* antara K-POPers tersebut dapat terjadi selama berhari-hari atau bahkan berminggu-minggu.

Fan war sendiri pada remaja memiliki dua sisi dampak, yaitu dampak dampak positif dan dampak negatif. Dimana dampak yang ada tersebut tentunya memberikan pengaruh dalam kehidupan sehari-hari dari fans idol tersebut. Beberapa dampak, yang dinilai merupakan sebuah dampak positif dari *Fan war* adalah *Fan war* sendiri dianggap dapat menjadi motivasi, menghilangkan stres, menemukan teman baru, serta memperoleh sebuah kepuasan tersendiri bagi fans karena telah membela idol mereka.

Namun tentunya, dampak yang dinilai lebih besar dari adanya *Fan war* merupakan dampak negatif. Dampak negatif dari *Fan war* pada fans remaja diantaranya adalah *Fan war* dapat mengganggu waktu sekolah, merupakan suatu hal yang dapat dinilai tidak memberikan manfaat, selain itu *Fan war* juga membuang waktu dari para remaja yang sebenarnya dapat dimanfaatkan untuk belajar, serta dampak yang terakhir atas perilaku *Fan war* tersebut dapat dijauhi oleh teman-temannya. Hal ini dapat disebabkan karena, fans fanatik tersebut dicap kurang penting karena mempermasalahkan hal-hal yang sebenarnya tidak penting oleh teman-temannya.

Selain dampak negatif dari *Fan war* yang sudah disebutkan di atas, dampak lainnya yaitu *Fan war* menyita waktu dari pengikutnya. Karena tentunya mereka akan lebih banyak menghabiskan waktu untuk berselancar di media sosial untuk mengikuti perkembangan dari idol mereka dan berita terupdate mengenai idol mereka. Sehingga waktu fans dari mereka sudah habis untuk kegiatan-kegiatan tersebut, dan kurang memperdulikan hal-hal yang sebenarnya lebih penting daripada memperdebatkan hal tersebut.

Dibalik sebuah permasalahan yang ada, tentunya terdapat sebuah solusi akan hal tersebut. Tak terkecuali solusi akan *Fan war* yang terjadi diantara usia remaja yang memiliki ketertarikan terhadap K-POP. Berikut diantaranya merupakan solusi dari *Fan war* pada remaja di media sosial. Sebagai fans, yang mana bagian dari manusia yang berakal sudah seharusnya kita saling menghargai antar sesama (Witri, 2021). Implikasinya pada fans, kita tidak boleh membandingkan dan menjelek-jelekan idol grup lain. Ketika memutuskan untuk menjadi penggemar dari idol, individu harus mendukung apapun yang terjadi di idol tersebut. Misalnya saat idol mereka mendapatkan penghargaan atau prestasi, tentu ini juga akan membuat kebanggan tersendiri bagi fans karena kesuksesan idol juga terdapat dukungan dari fans. Selain itu, untuk admin berita K-POP sebaiknya melaporkan atau menghapus komentar yang mengandung ujaran kebencian yang menjadi akar penyebab *Fan war*.

SIMPULAN

Fenomena *Fan war* yang terjadi pada penggemar K-POP bisa diatasi dengan meningkatkan kontrol diri dalam menggunakan media sosial. Dengan

memiliki kontrol diri yang baik, remaja dapat mengatur reaksi dan menghadapi atas stimulus negatif seperti terpancingnya emosi ketika mendengar perkataan buruk dari orang lain dengan cara yang positif dalam penggunannya di media sosial.

Disisi lain, fenomena *Fan war* pada remaja penggemar K-POP bisa diteliti lebih lanjut dengan menambahkan faktor-faktor penyebab lain seperti konformitas, *self-image*, maupun faktor-faktor lain yang dapat terkait dengan gelagat *Fan war* pada remaja pemuja K-POP dan langkah-langkah pengembangan pada riset selanjutnya agar terjadi pembaharuan sudut pandang dalam riset selanjutnya.

Daftar Pustaka

- Ardis, N., Khumas, A., & Nurdin, M. N. H. (2021). Fenomena Fanwar Remaja Perempuan Penggemar K-Pop di Media Sosial Terindikasi Akibat Perilaku Fanatik. *Motiva: Jurnal Psikologi*, 4(1), 42–49.
- Arung Triantoro, D. (2019). Konflik Sosial dalam Komunitas Virtual di Kalangan Remaja. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 135–150. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol13.iss2.art2>
- Fatmasari, A. E., & Sawitri, D. R. (2020). Kedekatan Ayah-Anak di Era Digital: Studi Kualitatif pada Emerging Adults. *Prosiding Seminar Nasional 2020 Fakultas Psikologi Umby*, 1–11.
- Fatmawaty, R. (2018). Fase-fase Masa Remaja. *Jurnal Reforma*, VI(02), 55–65.
- Febriany, S. F., Santi, D. E., & Ananta, A. (2022). Agresi verbal di media sosial

- pada remaja penggemar K- Pop: Bagaimana peranan fanatisme ? Pendahuluan. *INNER: Journal of Psychological Research*, 1(4), 194–200.
- Janah, M., Psikologi, P. S., & Samarinda, U. M. (2014). *Gambaran Identitas Diri Remaja Akhir Wanita Yang Memiliki*. 2(1), 34–40.
- Lastriani. (2018). Fanwar: Perang antar fans idol k-pop di media sosial. *Jurnal Emik*, 1(1), 87–100.
- Rahayu, A., Noor, M. S., Yulidasari, F., Rahman, F., & Putri, A. O. (2020). Kesehatan Reproduksi Remaja dan Lansia. In *CV Mine*.
- Sarlito Wirawan Sarwono. (2010). *Psikologi Remaja*. PT. Rajawali Press. <https://www.rajagrafindo.co.id/produk/psikologi-remaja/>
- Witri, Y. (2021). *Fenomena Fanwar di kalangan penggemar K-Pop pada media sosial Instagram*.