

**KONFLIK KOMUNIKASI ANTARA UNIT – UNIT FANS NCT  
(*NEO CULTURE TECHNOLOGY*) DI TWITTER  
(STUDI NETNOGRAFI PADA FANS UNIT – UNIT NCT)**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**NADIA PUTRI LUBIS**

**18.853.0040**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**2023**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 19/1/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)19/1/24

**KONFLIK KOMUNIKASI ANTARA UNIT – UNIT FANS NCT (*NEO CULTURE TECHNOLOGY*) DI TWITTER  
(STUDI NETNOGRAFI PADA FANS UNIT – UNIT NCT)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana di Fakultas  
Ilmu Sosialis dan Ilmu Politik  
Universitas Medan Area



Oleh

**NADIA PUTRI LUBIS**

**18.853.0040**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**2023**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 19/1/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)19/1/24

### LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Konflik Komunikasi Antara Unit – Unit Fans NCT (*Neo Culture Technology*) di Twitter (Studi Netnografi Pada Fans Unit – Unit NCT)

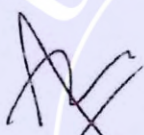
Nama : Nadia Putri Lubis

NPM : 188530040


Program Studi : Ilmu Komunikasi

Disetujui Oleh:


Komisi Pembimbing

  
(Dr. Ressi Dwiana, MA)

Pembimbing I

  
(Agnita Yolanda, B.Comm. M. Sc. CPSP)

Pembimbing II

  
(Dr. Effiati Juliana Hasibuan, M.Si)

Dekan

  
(Agnita Yolanda, B.Comm. M. Sc. CPSP)

KA. Prodi

Lulus : 28 Juli 2023

### HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.



Juli 2023  
METERAL TEMPEL  
F9B6FAKX763029026  
Nadia Putri Lubis  
188530040

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadia Putri Lubis  
NPM : 188530040  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul : Konflik Komunikasi Antara Unit – Unit Fans NCT (*Neo Culture Technology*) di Twitter (Studi Netnografi Pada Fans Unit – Unit NCT) beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, Juli 2023

Medan, Juli 2023  
Pernyataan  
METERAI  
TEMPEL  
327AKX765131636

(Nadia Putri Lubis)



## ABSTRAK

### **Konflik Komunikasi Antara Unit-unit Fans NCT (Neo Culture Technology) di Twitter**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena fanwar atau konflik komunikasi yang terjadi antar penggemar NCT di media sosial Twitter. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui konflik antara unit-unit fans NCT di Twitter dan untuk mengetahui cara penyelesaian terhadap konflik yang terjadi. Adapun metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan metode netnografi. Teknik pengumpulan data pada penelitian menggunakan observasi dan wawancara online. Informan dalam penelitian ini berjumlah 3 orang yaitu penggemar NCT dan juga pengguna media sosial Twitter. Hasil penelitian menunjukkan beberapa aktivitas fans yang terlibat konflik komunikasi dengan sesama fans NCT di Twitter terkhususnya fans dari unit NCT 127 dan NCT Dream. Aktivitas yang terjadi berupa komentar negatif yang dibuat oleh penggemar dari salah satu unit yang ditujukan kepada unit lainnya sehingga terjadi konflik antar unit fans NCT. Adapun penyelesaian terhadap konflik yang terjadi yaitu konflik tidak sepenuhnya terselesaikan, hanya mereda dan dikemudian hari terulang kembali. Namun penggemar melakukan berbagai cara untuk menghindari konflik atau mencegah agar konflik tidak terjadi dengan cara memberikan komentar positif atau menghindari interaksi terhadap komentar yang dapat memicu konflik.

**Kata Kunci: Konflik Komunikasi, NCT, Twitter**

## ABSTRACT

### ***Communication Conflict Between NCT (Neo Culture Technology) Fan Units on Twitter***

*This study investigates communication conflicts among NCT fans on Twitter. It utilizes a qualitative descriptive method with netnography. Data was collected through observation and online interviews. Three informants, NCT fans and Twitter users, participated. Findings reveal fan activities involving communication conflicts, particularly between NCT 127 and NCT Dream fans. Negative comments from one unit towards others lead to conflicts between NCT fan units. Conflict resolution is partial, with temporary subsidence and recurring conflicts. However, fans employ various strategies to prevent conflicts, such as positive comments and avoiding conflict-triggering interactions.*

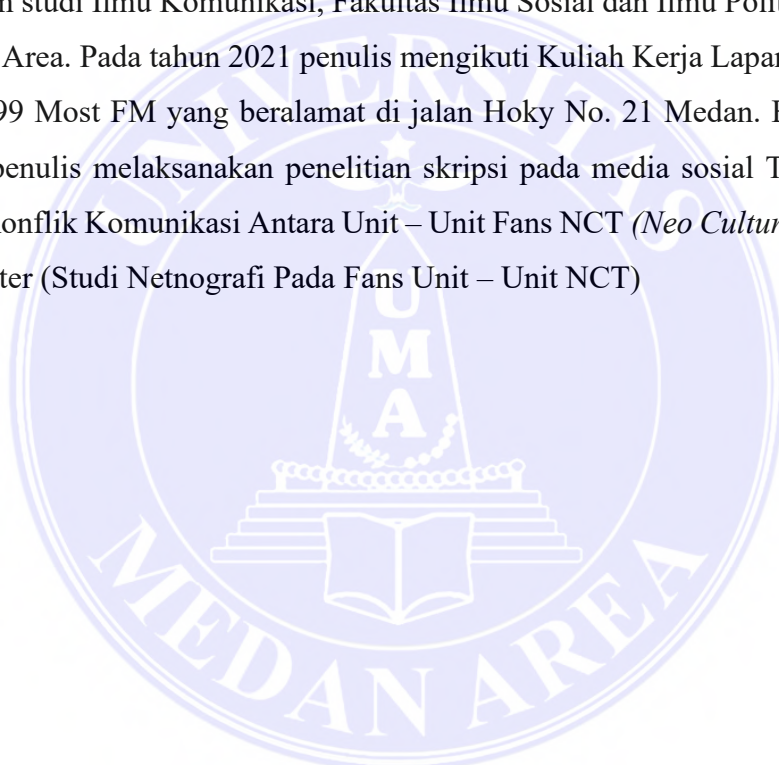
**Keywords:** *Communication Conflict, NCT, Twitter*



## RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Nadia Putri Lubis, anak dari Bapak Sabaruddin Lubis dan Ibu Silvi Enanda. Lahir di Medan, Sumatera Utara pada tanggal 27 April 2000. Penulis merupakan anak ke 2 (kedua) dari 3 (tiga) bersaudara. Penulis bersekolah di Sekolah Dasar Bhayangkari I Medan, kemudian penulis melanjutkan pada Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 2 Medan, setelah lulus selanjutnya penulis melanjutkan Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 6 Medan.

Pada tahun 2018 sampai sekarang, penulis terdaftar sebagai mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area. Pada tahun 2021 penulis mengikuti Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di Radio 99 Most FM yang beralamat di jalan Hoky No. 21 Medan. Bulan Agustus 2022, penulis melaksanakan penelitian skripsi pada media sosial Twitter dengan judul Konflik Komunikasi Antara Unit – Unit Fans NCT (*Neo Culture Technology*) di Twitter (Studi Netnografi Pada Fans Unit – Unit NCT)





## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya kepada kita semua terutama kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul KONFLIK KOMUNIKASI ANTARA UNIT – UNIT FANS NCT (*NEO CULTURE TECHNOLOGY*) DI TWITTER (STUDI NETNOGRAFI PADA FANS UNIT – UNIT NCT). Penelitian ini merupakan tugas akhir bagi saya sebagai mahasiswa untuk memenuhi persyaratan dalam rangka menyelesaikan program sarjana sekaligus mendapatkan gelar sesuai jurusan yang telah diambil dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Medan.

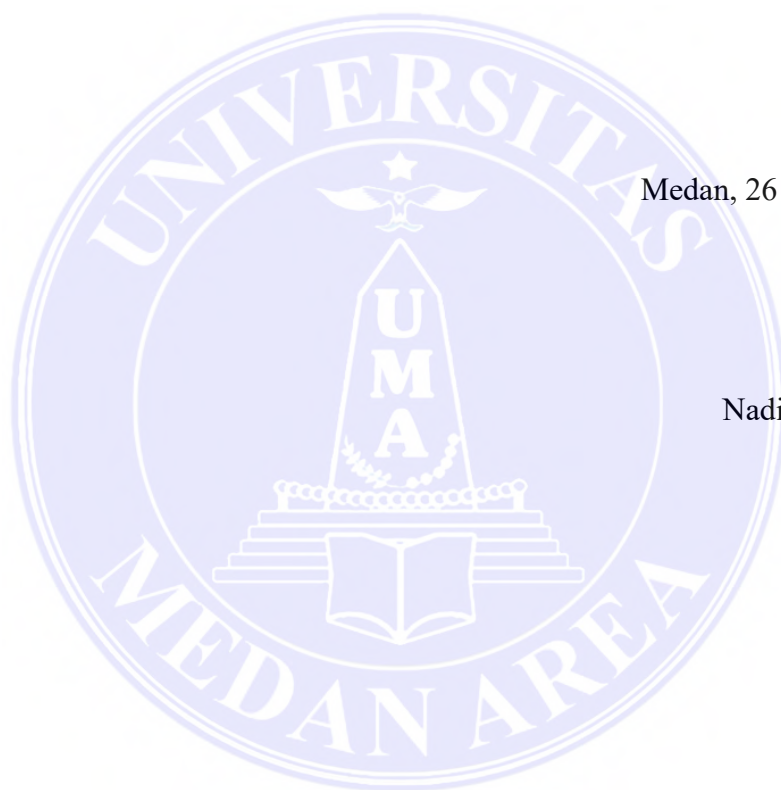
Di kesempatan kali ini, saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini, yang telah memberi banyak dukungan moral dan juga bimbingannya kepada saya. Adapun ucapan terima kasih ini saya tujukan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Ibu Dr. Effiati Juliana Hasibuan, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
3. Ibu Dr. Ressi Dwiana MA, selaku Dosen Pembimbing Utama.
4. Ibu Agnita Yolanda, B.Comm. M. Sc. CPSP, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area serta selaku Dosen Pembimbing Pendamping.
5. Bapak Angga Tinova S.Sos, M. I. Kom selaku Sekretaris Pembimbing.

6. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik, terkhususnya Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area.
7. Kepada Rosa, Irma, dan Raisa terima kasih telah bersedia menjadi informan dan memberikan informasi untuk kebutuhan penelitian ini
8. Kepada Ibu Annisaa Fitri, S.I.Kom, M.Si selaku pakar K-Pop terima kasih telah bersedia menjadi informan dan memberikan informasi untuk kebutuhan penelitian ini.
9. Teristimewa penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Ayahanda Sabaruddin Lubis dan Ibunda Silvi Enanda kedua yang selalu mendukung dan mendoakan sepenuh hati dan dengan cinta dan kasih sayangnya.
10. Kepada kakakku Dinda dan adikku Cyka serta Hartim's Family terima kasih telah memberikan dukungan kepada saya selama mengerjakan skripsi ini
11. Sepupuku Raissa terima kasih atas bantuan serta kesediaan untuk meminjamkan laptopnya kepada saya selama mengerjakan skripsi ini
12. Yang tersayang sekaligus sahabat saya Almh. Putri Aulia Azmi Harahap atau Ichi, terima kasih telah setia untuk menemani, membantu, dan juga mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Kepada Cita, Namira, dan Mutiara yang selalu memberikan dukungan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
14. Kepada Kyungsoo, Jen0 dan Jisung yang telah menjadi penyemangat peneliti selama mengerjakan skripsi serta seluruh anggota EXO dan NCT lainnya (NCT 127, NCT Dream, dan WayV)

15. Seluruh mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2018 yang telah memberikan doa dan dukungan dalam proses penulisan skripsi.

Meskipun demikian, penulis menyadari bahwa skripsi atau penelitian ini tidak luput dari berbagai kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna kesempurnaan skripsi ini. Sehingga, skripsi ini dapat dijadikan acuan tindak lanjut penelitian selanjutnya dan bermanfaat bagi semua orang.



Medan, 26 Januari 2023

Nadia Putri Lubis

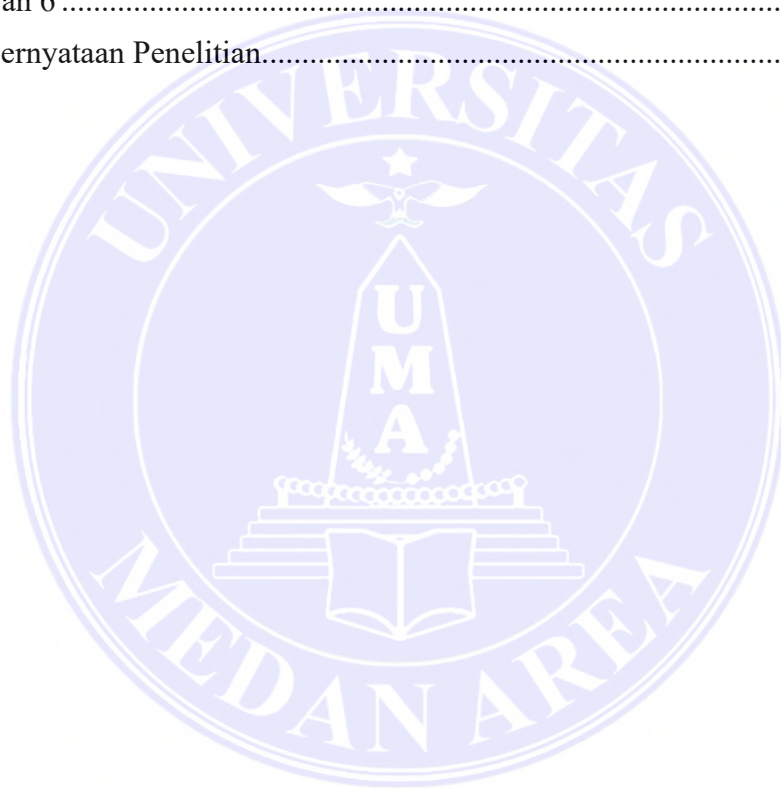
## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	6
1.3 Rumusan Masalah .....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	7
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II</b> .....	8
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
2.1 Komunikasi .....	8
2.1.1 Pengertian Komunikasi .....	8
2.1.2 Proses Komunikasi .....	9
2.1.3 Fungsi Komunikasi .....	11
2.2 Konflik .....	12
2.2.1 Pengertian Konflik .....	12
2.2.2 Faktor Penyebab Terjadinya Konflik .....	13
2.3 Teori Konflik Komunikasi .....	14
2.4 Konflik Komunitas .....	16
2.5 Media Sosial .....	18
2.5.1 Pengertian Media Sosial .....	18
2.5.2 Twitter .....	18
2.6 Konflik Komunikasi di Media Sosial Twitter .....	20

2.6.1	Sumber penyebab konflik di media sosial twitter .....	20
2.6.2	Cara Mengatasi Konflik di Media Sosial Twitter .....	21
2.7	Fandom .....	22
2.8	Penelitian Terdahulu .....	23
<b>BAB III</b>	.....	<b>27</b>
<b>METODE PENELITIAN</b>	.....	<b>27</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	27
3.2	Sumber Data .....	28
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	28
3.4	Waktu Penelitian .....	29
3.5	Instrumen Penelitian .....	32
3.6	Teknik Analisis Data .....	32
3.7	Pengujian Keabsahan Data .....	33
<b>BAB IV</b>	.....	<b>34</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>34</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	34
4.1.1	Profil Boyband K – Pop NCT ( <i>Neo Culture Technology</i> ) .....	34
4.1.2	Gambaran Umum Komunitas Penggemar NCT (NCTzen) .....	35
4.2	Gambaran Umum Informan Penelitian .....	36
4.3	Hasil Penelitian .....	37
4.4	Pembahasan .....	73
4.4.1	Penggunaan Twitter .....	73
4.4.2	Fandom NCT .....	74
4.4.3	Konflik Komunikasi Antara Unit-unit Fans NCT di Twitter .....	75
4.4.4	Penyelesaian Konflik Komunikasi Antara Unit-unit Fans NCT di Twitter .....	78
<b>BAB V</b>	.....	<b>80</b>
<b>SIMPULAN DAN SARAN</b>	.....	<b>80</b>
5.1	Simpulan .....	80
5.2	Saran .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>82</b>
Lampiran 1	.....	85



DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA .....	85
Lampiran 2 .....	86
Transkrip Wawancara 1 .....	86
Lampiran 3 .....	88
Transkrip Wawancara 2 .....	88
Lampiran 4 .....	90
Transkrip Wawancara 3 .....	90
Lampiran 5 .....	92
Transkrip Wawancara 4 .....	92
Lampiran 6 .....	94
Surat Pernyataan Penelitian.....	94



## DAFTAR TABEL

1.	Kajian Penelitian Terdahulu .....	20
2.	Waktu Penelitian.....	26
3.	Waktu Penelitian.....	27
4.	Biodata Informan Pertama .....	32
5.	Biodata Informan Kedua.....	33
6.	Biodata Informan Ketiga .....	33
7.	Biodata Informan Ketiga .....	33



## DAFTAR GAMBAR

1.	NCT ( <i>full member</i> ) .....	4
2.	NCT 127 .....	4
3.	NCT Dream .....	5
4.	WayV .....	5
5.	<i>Screenshot war</i> di Twitter.....	6
6.	<i>Screenshot tweet</i> dari akun NctdreamBar.....	39
7.	<i>Screenshot tweet advertisement day 1</i> .....	39
8.	<i>Screenshot tweet advertisement day 2</i> .....	40
9.	<i>Screenshot tweet advertisement day 3</i> .....	41
10.	<i>Screenshot</i> balasan penggemar 1 yang mendukung aksi protes .....	42
11.	<i>Screenshot</i> balasan penggemar 2 yang mendukung aksi protes .....	43
12.	<i>Screenshot</i> balasan penggemar 3 yang mendukung aksi protes .....	43
13.	<i>Screenshot</i> balasan penggemar 1 yang menolak aksi protes .....	44
14.	<i>Screenshot</i> balasan penggemar 2 yang menolak aksi protes .....	45
15.	<i>Screenshot</i> balasan penggemar 3 yang menolak aksi protes .....	46
16.	<i>Screenshot tweet</i> komentar negatif penggemar 1 .....	47
17.	<i>Screenshot tweet</i> komentar negatif penggemar 2 .....	47
18.	<i>Screenshot tweet</i> komentar negatif penggemar 3 .....	48
19.	<i>Screenshot tweet</i> komentar negatif penggemar 4 .....	49
20.	<i>Screenshot tweet</i> komentar negatif penggemar 5 .....	49
21.	<i>Screenshot tweet</i> komentar negatif penggemar 6 .....	50
22.	<i>Screenshot tweet</i> komentar negatif penggemar 7 .....	51
23.	<i>Screenshot tweet</i> komentar negatif penggemar 8 .....	51
24.	<i>Screenshot tweet</i> penggemar 1.....	54

25.	<i>Screenshot respon penggemar di Twitter</i> .....	54
26.	<i>Screenshot tweet komentar negatif penggemar</i> .....	55
27.	<i>Screenshot tweet komentar negatif penggemar</i> .....	56
28.	<i>Screenshot tweet respon terhadap komentar negatif</i> .....	56
29.	<i>Screenshot tweet respon terhadap komentar negatif</i> .....	57
30.	<i>Screenshot tweet komentar buruk kepada NCT Dream</i> .....	59
31.	<i>Screenshot tweet komentar buruk kepada NCT Dream</i> .....	60
32.	<i>Screenshot tweet komentar buruk kepada NCT Dream</i> .....	61
33.	<i>Screenshot tweet respon terhadap komentar buruk</i> .....	62
34.	<i>Screenshot tweet respon terhadap komentar buruk</i> .....	62
35.	<i>Screenshot tweet respon terhadap komentar buruk</i> .....	62
36.	<i>Screenshot tweet penggemar di akun fanbase NCT</i> .....	64
37.	<i>Screenshot tweet penggemar di akun fanbase NCT</i> .....	64
38.	<i>Screenshot tweet balasan penggemar di akun fanbase NCT</i> .....	65
39.	<i>Screenshot tweet balasan penggemar di akun fanbase NCT</i> .....	66
40.	<i>Screenshot tweet balasan penggemar di akun fanbase NCT</i> .....	67
41.	<i>Screenshot tweet balasan penggemar di akun fanbase NCT</i> .....	68

## DAFTAR LAMPIRAN

1.	Daftar Pertanyaan Wawancara .....	81
2.	Transkrip Wawancara 1 .....	82
3.	Transkrip Wawancara 2 .....	84
4.	Transkrip Wawancara 3 .....	86
5.	Transkrip Wawancara 4 .....	88
6.	Surat Pernyataan Penelitian .....	90





# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi pada masa sekarang ini menjadikan manusia beralih dari konvensional ke media baru. Segala sesuatu yang bisa dimanfaatkan melalui teknologi akan semakin dikembangkan. Begitu pula dengan ruang publik, ruang diskusi, dan ruang komunikasi, dimana sebuah komunikasi dapat beralih ke realitas virtual dan ruang publik akan beralih kepada ruang virtual (*cyberspace*).

Ruang yang terjadi pada sebuah kelompok komunitas, kelompok penggemar yang memiliki ketertarikan yang sama. Salah satunya yaitu kelompok penggemar *K-Pop* atau *Korean Pop* yang biasa disebut dengan istilah *fandom*. *Fandom* merupakan komunitas interpretatif yang berada pada tradisi tertentu. Mereka saling berinteraksi satu sama lain dan juga menjalin komunikasi dengan produsen media (Lacasa et al, 2017).

Popularitas Gelombang Korean (*Korean wave*) atau dikenal juga dengan istilah *Hallyu* sudah menjadi tren tersendiri di kalangan remaja dan dewasa. *Hallyu* awalnya hanya berkembang di Negara Asia Timur, lalu menjadi populer di seluruh dunia hingga ke Indonesia (Jin, 2016). K-Pop mengambil peran penting dalam mempopulerkan Korean wave di Indonesia. Pada tahun 2011-2013 menjadi tahun-tahun meledaknya K-Pop di Indonesia.

Tersebarnya Korean wave melalui berbagai cara juga dipermudah dengan adanya akses internet dan banyaknya media sosial pada masa sekarang ini yang memudahkan siapapun dapat mengakses informasi yang tersedia dalam berbagai

bahasa. Para penggemar K-Pop dapat mengakses berbagai informasi tentang idola mereka melalui akun media sosial. Dikutip dari survei kumbaran, 56% fans K-Pop menghabiskan waktu 1-5 jam berselancar di media sosial untuk mencari tahu segala informasi tentang idola mereka, dan sebanyak 28% fans bahkan menghabiskan 6 jam lebih di dunia maya untuk melihat berbagai aktivitas sang idola (Kumbaran, 2017).

Twitter merupakan media sosial yang memungkinkan para penggunanya dapat mengunggah komentar singkat, menyertakan tautan ke blog atau halaman web, gambar, video, dan semua materi lainnya secara *online*. Twitter memberikan berbagai fitur yang dapat dinikmati oleh para penggunanya seperti fitur *tweet*, *follow*, *followers*, *following*, *hashtag*, *retweet*, *like* dan sebagainya.

Melalui Twitter, penggemar K-Pop melakukan aktivitas yang disebut dengan istilah *fangirling*. *Fangirling* merupakan sebutan yang digunakan untuk mendeskripsikan kegembiraan berlebih atau bahkan ekstrim terhadap suatu kelompok idola. *Fangirling* berasal dari kata *fangirl* yang merupakan sebutan untuk penggemar perempuan dan *fanboy* yang merupakan sebutan untuk penggemar laki-laki. *Fangirl* dan *fanboy* sering dibedakan karena praktik tertentu yang mereka lakukan di dalam fandom (Jenkins, 2007).

Dikutip dari itworks.id, pada tahun 2019 secara demografi pengguna Twitter di Indonesia pengguna Twitter berjenis kelamin laki-laki sebanyak 53% dan berjenis kelamin perempuan sebanyak 47%. Dari segi usia, rentan berusia 16-24 tahun merupakan yang mayoritas menggunakan platformnya. Kemudian disusul oleh usia 23-34 tahun sebanyak 36% usia 35-44 tahun sebanyak 18%, 45-54 tahun sebanyak

3% dan 55-64 tahun sebanyak 1%. Pengguna Twitter Indonesia juga disebut 42% aktif setiap harinya.<sup>1</sup>

Penggemar (*fans*) *K-Pop* selalu dicirikan sebagai suatu kefanatikan yang potensial. Terlebih kelompok penggemar juga dilihat sebagai perilaku yang berlebihan dan berdekatan dengan kegilaan. Jenson menunjukkan dua tipe khas patologi penggemar, “individu yang terobsesi” (biasanya laki-laki) dan “kerumunan histeris” (biasanya perempuan) (Storey, 2010).

Fanatisme merupakan sebuah keyakinan terhadap objek fanatik yang dikaitkan dengan sesuatu yang berlebihan pada suatu objek, sikap fanatik ini ditunjukkan dengan aktivitas, rasa antusias yang ekstrim, keterikatan emosi dan rasa cinta dan minat yang berlebihan yang berlangsung dalam waktu yang lama (Eliani dkk, 2018).

*Idol* dari Korea Selatan yaitu *Boygrouop Neo Culture Technology* atau biasa dikenal dengan sebutan NCT. NCT adalah boygroup asal Korea Selatan yang dibentuk oleh SM Entertainment. SM Entertainment merupakan perusahaan hiburan Korea Selatan yang didirikan pada tahun 1995 oleh Lee-Soo-Man. SM Entertainment menjadi salah satu perusahaan hiburan terbesar di Korea Selatan yang beroperasi sebagai label rekaman, perusahaan produksi musik dan konser, manajemen acara dan rumah penerbitan musik.

NCT merupakan grup yang dibagi menjadi beberapa sub-unit sejak diumumkan pembentukannya pada tahun 2016. NCT telah berkembang hingga mencapai total

---

<sup>1</sup> <https://www.itworks.id/19408/demografi-pengguna-twitter-di-indonesia-paling-banyak-pria-daripada-perempuan.html> (diakses 30 juli 2022)

23 anggota yang tergabung dalam 4 sub-unit yang berbeda. Unit pertama yaitu NCT U yang memulai debutnya pada 9 April 2016.

Unit kedua yaitu NCT 127 yang debut pada 7 Juli 2016. Unit ketiga yaitu NCT Dream yang debut pada 24 Agustus 2016. Unit terakhir yaitu WayV, unit berbasis Tiongkok yang debut pada 17 Januari 2019. Selain aktivitas terpisah dari masing – masing unit grup. Grup inti NCT juga telah melakukan promosi bersama sebanyak dua kali. Promosi pertama pada tahun 2018 dengan jumlah anggota 18 orang. Promosi kedua pada tahun 2020 dengan jumlah anggota 23 orang.

Sejak debutnya di tahun 2016 NCT telah menghasilkan berbagai karya sebagai unit ataupun full member, Adapun album yang dihasilkan dari unit NCT 127 yaitu *Fire Truck*, *Limitless*, *Cherry Bomb*, *Regular-Irregular*, *Regulate*, *6 Awaken*, *We Are Superhuman*, *Neo Zone*, *The Final Round*, *Love Holic*, *Sticker* dan *Favorite*.

Pada unit NCT Dream, beberapa album yang dihasilkan yaitu *The First*, *We Young*, *We Go Up*, *We Boom*, *Reload*, *Hot Sauce*, *Hello Future*, *Glitch Mode*, dan *Beatbox*. Unit WayV juga menghasilkan beberapa album diantaranya yaitu *Take Off*, *Take Over The Moon*, *Awaken The World*, dan *Kick Back*. Album yang dihasilkan sebagai NCT dengan *full member* diantaranya yaitu: *Empathy*, *Resonance pt. 1*, *Resonance pt. 2*, dan *Universe*.

**Gambar 1: NCT (full member)**



Sumber: Google (2020)

**Gambar 2: NCT 127**



Sumber: Google (2021)



**Gambar 3: NCT Dream**



Sumber: Google (2021)

**Gambar 4: WayV**



Sumber: Google (2021)

NCT memiliki penggemar atau biasa disebut fans dengan nama “NCTzen”. NCTzen diresmikan pada tahun 2017 setelah 14 bulan debut NCT. Sebagai fans dari NCT, NCTzen atau lebih akrab disebut “Sijeuni” tentunya mendukung NCT sebagai idola mereka. Mereka mendukung dengan berbagai cara seperti melakukan streaming music video NCT, melakukan voting untuk NCT agar menang pada acara musik mingguan, dan sebagainya.

Adanya sistem pembagian unit pada grup NCT membuat para penggemarnya menjadi terbagi sesuai dengan unit yang telah dibentuk. Seperti penggemar dari unit NCT Dream diberi nama “DreamZen”, penggemar dari unit NCT 127 diberi nama “127Zen” dan penggemar dari unit WayV diberi nama “Wayzenni”. Karena pengelompokan penggemar sesuai dengan unit grup masing-masing, membuat adanya perselisihan atau pertengkaran antar sesama penggemar dari masing-masing unit grup.

Fenomena *war* antar unit penggemar NCT bisa dikatakan hal yang lumrah di kalangan penggemar NCT. Terkhusus di media sosial twitter, *war* sering terjadi pada penggemar dari unit NCT 127 dan NCT Dream. *War* itu sendiri terjadi karena beberapa faktor misalnya, salah satu penggemar dari unit NCT Dream memberikan komentar buruk untuk unit NCT 127 yang membuat penggemar dari unit NCT 127 merasa tidak terima dan akhirnya terjadilah pertengkaran.



Salah satu konflik yang terjadi antar unit fans NCT yaitu adanya perdebatan antara fans dari unit NCT Dream dan fans dari unit NCT 127. Perdebatan berawal dari kemenangan NCT 127 di acara Seoul Music Award (SMA) sebagai pemenang utama atau disebut sebagai daesang. Fans dari unit NCT Dream tidak terima dan menuntut ke pihak penyelenggara acara untuk memberikan kejelasan tentang penilaian dalam menentukan pemenang dari acara tersebut. Gambar di bawah ini merupakan sebuah contoh konflik yang terjadi di Twitter.

**Gambar 5: screenshot war di Twitter**



Sumber: Twitter @ionlyliveonce7 (2022)

Dari penjelasan yang telah diuraikan, maka penulis akan membahas tentang “Konflik Komunikasi Antara Unit-unit *Fans NCT (Neo Culture Technology)* di *Twitter*”.

## 1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan, maka fokus penelitian ini adalah sebagai berikut:

“Konflik komunikasi yang terjadi antara penggemar unit NCT 127 dan penggemar unit NCT Dream, serta cara penyelesaian konflik antara penggemar unit NCT 127 dan penggemar unit NCT Dream”

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah penulis uraikan, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah

1. Apa sajakah konflik komunikasi yang terjadi antara unit-unit fans NCT di Twitter?
2. Bagaimana cara penyelesaian dari konflik antara unit-unit fans NCT di Twitter?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah tersebut tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk memahami dan menguraikan tentang konflik komunikasi yang terjadi antar unit-unit fans NCT di Twitter
2. Untuk memahami cara penyelesaian dari konflik antara unit-unit fans NCT di Twitter

### 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang ingin penulis capai yaitu :

1. Secara akademik, dapat mengembangkan khazanah ilmu pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
2. Secara teoritis, dapat mengembangkan khazanah ilmu pengetahuan, terhadap teori-teori komunikasi yang telah dipelajari selama perkuliahan di prodi Ilmu Komunikasi.
3. Secara praktis, dapat memberikan solusi atas konflik komunikasi yang terjadi antara para penggemar unit-unit NCT di media sosial Twitter.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Komunikasi

##### 2.1.1 Pengertian Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* dalam Bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti sama, *communico*, *communication* atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip (Mulyana, 2017).

Menurut Hovland, Janis dan Kelly komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah, membentuk perilaku orang lain (komunikan/khalayak) (Sendjaja,2005).

Menurut Carl I. Hovland komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikate) (Mulyana, 2017).

Komunikasi merupakan suatu aktivitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain dalam kehidupan sehari-hari dimana saja dan kapan saja. Komunikasi sangat penting bagi kehidupan manusia. Komunikasi juga membentuk sistem sosial antar manusia (Roudhonah,2007)

Harold Lasswell juga mengemukakan bahwa “(cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) *Who Says What In Which Medium To Whom With What Effect?*” atau Siapa

Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana? (Mulyana,2017).

Komunikasi adalah informasi yang disampaikan dari satu tempat lain dengan menggunakan simbol seperti kata, figur, dan grafik serta memberi, meyakinkan ucapan dan tulisan. Komunikasi adalah “proses atau tindakan menyampaikan pesan (*message*) pengirim (*sender*) ke penerima (*receiver*), melalui suatu media (*channel*) yang biasa mengalami gangguan (*noise*). Dalam definisi ini, komunikasi haruslah bersifat intentional (disengaja) serta membawa perubahan (Mulyana, 2017)

### 2.1.2 Proses Komunikasi

Dalam proses komunikasi terdapat dua tahap yaitu proses komunikasi secara primer dan sekunder (Effendy, 2011)

#### 1. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain. Apakah itu berbentuk sebuah ide, informasi ataupun sebuah opini, baik mengenai hal yang konkret maupun abstrak, bukan hanya tentang hal atau peristiwa yang terjadi pada saat sekarang, melainkan juga pada waktu yang lalu dan masa yang akan datang (Effendy, 2011)

Pada tahapan pertama, seorang komunikator menyandi (*encode*) pesan atau informasi yang akan disampaikan kepada komunikan. Pada tahapan ini komunikator mentransisikan pikiran/perasaan ke dalam lambang yang diperkirakan

dapat dimengerti oleh komunikan. Kemudian komunikan menerjemahkan (*decode*) pesan atau informasi berupa lambang yang mengandung pikiran atau perasaan komunikator. Setelah itu, komunikan akan bereaksi (*response*) terhadap pesan tersebut dan memberikan umpan balik (*feedback*).

Umpan balik itu sendiri bisa bersifat positif dan bisa bersifat negatif. Umpan balik yang bersifat positif merupakan tanggapan atau respon yang diberikan oleh komunikan dapat menyenangkan komunikator dan komunikasi dapat berjalan dengan lancar. Sedangkan umpan balik bersifat negatif merupakan tanggapan atau respon yang diberikan oleh komunikan tidak menyenangkan komunikator sehingga komunikator enggan untuk melanjutkan proses komunikasi. Dalam tahapan umpan balik ini, terdapat transisi fungsi dimana komunikan menjadi *encoder* dan komunikator menjadi *decoder*.

## 2. Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi sekunder merupakan lanjutan dari proses komunikasi primer, dimana terdapat alat atau sarana sebagai media kedua setelah pemakaian lambang sebagai media pertama dalam penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain. Biasanya penggunaan alat atau sarana ini digunakan seseorang dalam melancarkan proses komunikasi, dimana komunikan berada relatif jauh atau berjumlah banyak. Terdapat beberapa contoh media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi yaitu telepon, surat kabar, radio, majalah, televisi, dan lainnya. Peranan media sekunder ini dilihat penting dalam proses komunikasi karena dapat menciptakan efisiensi dalam mencapai komunikan. Contohnya adalah surat kabar atau televisi.



Media ini dapat mencapai komunikan dengan jumlah yang sangat banyak dengan hanya menyampaikan satu kali pesan saja. Tetapi kekurangan dari media sekunder ini adalah keefektifan dan keefisienan dalam menyebarkan pesan yang bersifat persuasif karena kerangka acuan khalayak yang menjadi sasaran komunikasinya tidak diketahui komunikator dan dalam prosesnya, umpan balik tidak berlangsung pada saat itu, dalam hal ini disebut umpan balik tertunda (*delayed feedback*). Dalam proses komunikasi secara sekunder ini, komunikator harus memperhitungkan ciri-ciri atau sifat-sifat media yang digunakan dalam menentukan lambang-lambang yang akan diformulasikan dari isi pesan komunikasi.

Dalam berkomunikasi, seorang komunikator pasti memiliki suatu tujuan tertentu.

Tujuan komunikasi dibagi menjadi empat yaitu: (Effendy, 2003)

1. Mengubah sikap (*to change the attitude*)
2. Mengubah opini/pendapat (*to change the opinion*)
3. Mengubah perilaku (*to change the behaviour*)
4. Mengubah masyarakat (*to change the society*)

### 2.1.3 Fungsi Komunikasi

Selain tujuan, komunikasi juga memiliki fungsi tersendiri. Sebuah kelompok atau organisasi, komunikasi memiliki empat fungsi utama, yaitu : (Robbins & Judge, 2011)

- a. Kontrol: fungsi komunikasi ini menjelaskan bahwa untuk mengontrol perilaku anggota dalam suatu organisasi diperlukan cara-cara dalam bertindak.

- b. Motivasi: komunikasi menjaga motivasi dilakukan dengan cara menjelaskan kepada anggota mengenai apa yang harus dilakukan, seberapa baik pekerjaan mereka dan apa yang harus dilakukan untuk memperbaiki kinerja sekitarnya yang dinilai kurang baik.
- c. Ekspresi emosional: fungsi komunikasi ini adalah sebagai jalan keluar dari perasaan-perasaan anggotanya dalam memenuhi kebutuhan sosial. Sebagai contoh bagi banyak karyawan, kelompok kerja mereka adalah sumber utama interaksi sosial yang merupakan sebuah mekanisme fundamental dimana melalui anggotanya mereka menunjukkan rasa frustrasi dan rasa puas mereka.
- d. Informasi : komunikasi mempunyai peran sebagai pemberi informasi yang dibutuhkan baik oleh individu maupun kelompok yang digunakan untuk mengambil keputusan dengan cara menyampaikan data untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi pilihan-pilihan yang ada.

## **2.2 Konflik**

### **2.2.1 Pengertian Konflik**

Konflik didefinisikan sebagai suatu proses interaksi sosial dimana dua orang atau lebih, atau dua kelompok atau lebih, berbeda atau bertentangan dalam pendapat atau tujuan mereka (Wahyudi, 2006).

Menurut Weber istilah konflik dalam bahasa latinnya berarti sesuatu perkelahian, peperangan atau perjuangan, yaitu berupa konfrontasi fisik antar beberapa pihak (Pruitt dan Rubin, 2009).

Pruitt dan Rubin mendefinisikan konflik sebagai sebuah persepsi mengenai perbedaan kepentingan (*perceived divergence of interest*), atau suatu kepercayaan

beranggapan bahwa aspirasi pihak-pihak yang berkonflik tidak dapat menemui titik temu yang sepaham (Pruitt dan Rubin, 2009). Kepentingan yang dimaksud adalah perasaan orang mengenai apa yang sesungguhnya diinginkannya, dimana perasaan tersebut cenderung bersifat sentral dalam pikiran dan tindakan orang yang membentuk inti dari banyak sikap, tujuan, dan niatnya.

### **2.2.2 Faktor Penyebab Terjadinya Konflik**

Menurut Soekanto (2006) Faktor penyebab atau akar-akar pertentangan atau konflik, antara lain:

- 1) Perbedaan antar individu-individu, perbedaan pendirian dan perasaan mungkin akan melahirkan bentrokan antara mereka, terutama perbedaan pendirian dan perasaan diantara mereka.
- 2) Perbedaan kebudayaan, perbedaan kepribadian dari perorangan tergantung dari pola-pola kebudayaan yang menjadi latar belakang pembentukan, serta perkembangan kepribadian, yang sedikit banyak akan mempengaruhi kepribadian seseorang dalam kebudayaan tersebut.
- 3) Perbedaan kepentingan, perbedaan kepentingan antara individu maupun kelompok merupakan sumber lain dari pertentangan baik kepentingan ekonomi, politik, dan sebagainya.
- 4) Perubahan sosial, perubahan sosial yang berlangsung dengan cepat untuk sementara waktu akan mengubah nilai-nilai yang ada dalam masyarakat yang dapat menyebabkan munculnya golongan-golongan yang berbeda pendiriannya.

### 2.3 Teori Konflik Komunikasi

Pada awal tahun 1970-an, terjadi pergeseran signifikan dalam penelitian komunikasi yang ditandai dengan masuknya para sarjana ke dalam bidang teori konflik. Mereka merasa tidak puas dengan paradigma sebelumnya yang memperlakukan para interaktan sebagai entitas yang semata-mata rasional dan strategis. Sebelumnya, komunikasi juga dianggap sebagai fenomena biner, yaitu seseorang berkomunikasi atau tidak berkomunikasi, dan konflik dilihat sebagai suatu yang selalu merusak.

Namun, pada masa ini, dua asumsi implisit ini mulai dipertanyakan. Pertama, ada pemahaman bahwa konflik tidak selalu merupakan hasil dari komunikasi yang tidak memadai atau tidak efektif. Sebaliknya, konflik bisa dipahami sebagai akibat dari dinamika kompleks dalam komunikasi antarindividu atau kelompok. Kedua, paradigma ini juga merangsang pemikiran bahwa kerja sama bukanlah pilihan yang selalu lebih unggul dalam setiap konteks. Terkadang, konflik dapat memberikan dorongan untuk perubahan, inovasi, atau penyelesaian masalah yang tidak tercapai melalui kerja sama konvensional.

Seiring berkembangnya teori konflik dalam studi komunikasi, para peneliti mulai memahami bahwa komunikasi dalam konteks konflik dapat memiliki peran yang lebih kompleks, termasuk dalam pembentukan, pemeliharaan, atau penyelesaian konflik. Ini membuka jalan bagi eksplorasi yang lebih dalam tentang dinamika komunikasi yang terlibat dalam situasi konflik dan berkontribusi pada pemahaman yang lebih baik tentang cara mengelola dan merespons konflik secara konstruktif. Para teoritis komunikasi

telah memberikan kontribusi signifikan dalam pemahaman tentang konflik, menawarkan pandangan yang berbeda dengan pandangan konvensional tentang konflik yang hanya bersifat destruktif dan harus diselesaikan. Sebaliknya, mereka mengambil sudut pandang bahwa konflik adalah proses sosial yang tak terhindarkan dan diperlukan. Ketika dikelola dengan efektif, konflik bahkan dapat menghasilkan hasil positif, seperti peningkatan kreativitas, peningkatan kesatuan kelompok, pertumbuhan personal dan hubungan, serta peningkatan produktivitas.

Salah satu aspek yang mencolok dari pendekatan teoris komunikasi adalah preferensi mereka terhadap istilah "manajemen konflik" daripada "penyelesaian konflik". Istilah pertama menekankan gagasan bahwa konflik adalah proses yang berkelanjutan yang memerlukan perhatian terus-menerus terhadap dinamika komunikasi dan pola interaksi. Sebaliknya, "penyelesaian konflik" mengimplikasikan episode-episode yang harus diatasi saat mereka muncul, dengan fokus pada konten spesifik dari setiap insiden konflik.

Contoh yang menggambarkan perspektif ini dapat ditemukan dalam judul buku yang banyak dikutip, "Working Through Conflict". Judul ini mencerminkan keyakinan inti dari teoris komunikasi bahwa individu tidak hanya berkomunikasi untuk menyelesaikan konflik, tetapi juga mencapai kemajuan dan pertumbuhan yang signifikan "melalui konflik". Dalam mengeksplorasi perkembangan teori konflik komunikasi, penting untuk meninjau isu-isu konseptual, model-model awal, dan tradisi-tradisi yang membentuk dasarnya. Banyak wawasan dalam bidang ini dapat ditelusuri kembali ke "Handbook of Conflict Communication" tahun 2006, yang menjadi



sumber daya berharga untuk memahami evolusi dan prinsip-prinsip teori konflik komunikasi.

Teori konflik komunikasi bersifat dinamis dan beragam, mencakup berbagai dimensi komunikasi antarpribadi dan kelompok. Ini mengakui bahwa konflik tidak inheren negatif, melainkan bagian alami dari interaksi manusia. Dengan mempelajari dan memahami dinamika komunikasi yang terlibat dalam konflik, teoris komunikasi telah memberikan wawasan berharga tentang bagaimana individu dan kelompok dapat mengelola konflik secara konstruktif dan memanfaatkan potensinya untuk hasil yang positif (Stephen dan Karen, 2009)

#### **2.4 Konflik Komunitas**

"Komunitas" memiliki banyak makna, konteks, dan definisi. Istilah "komunitas" dapat merujuk pada berbagai aspek, seperti rasa komunitas secara psikologis (Glynn, 1981; Parker et al., 2001), sekelompok individu yang berada secara fisik berdampingan (McLeroy, Bibeau, Steckler, & Glanz, 1988), individu yang berbagi pola interaksi (Hunter, 1974), modal sosial dan jaringan sosial (Kawachi, Kennedy, Lochner, & Prothrow-Stith, 1997), atau entitas politik (Long, 1986). Untuk tujuan kami, "komunitas" adalah kumpulan orang yang berbagi interaksi, lokasi fisik, dan/atau perasaan saling memiliki satu sama lain. Komunitas sering kali diidentifikasi sebagai lingkungan atau kelompok orang yang berbagi ruang fisik yang sama; namun, komunitas virtual yang terbentuk melalui media sosial dan sumber daya Internet "tradisional" lainnya (seperti surel) juga semakin umum terjadi.



Selama beberapa dekade terakhir, para sarjana telah mengecam tentang hilangnya komunitas atau hilangnya hubungan interpersonal yang erat dalam ruang fisik (Putnam, 1995). Ada sejumlah tantangan dalam membangun komunitas yang sehat, termasuk kekurangan kewarganegaraan, sumber daya yang langka, peningkatan persaingan ekonomi, fokus yang lebih besar pada individualisme, dan globalisasi. Hilangnya komunitas memiliki signifikansi karena komunitas yang sehat memiliki dampak positif terhadap kesehatan, hubungan sosial, dan hasil ekonomi bagi anggotanya (Kawachi et al., 1997; Sampson, Raudenbush, & Earls, 1997).

Tantangan-tantangan terhadap komunitas yang sehat umumnya berkaitan dengan faktor-faktor yang terkait dengan konflik. Orang-orang dari berbagai latar belakang budaya, sumber daya yang langka, dan persaingan yang meningkat, semuanya merupakan faktor yang dapat menyebabkan peningkatan konflik dalam sebuah komunitas. Banyak sarjana mengilustrasikan dampak negatif dari konflik dalam komunitas. Sebagai contoh, Warfield (2006) mengilustrasikan bagaimana penyisihan kelompok minoritas dapat mengarah pada konflik antaretnis dalam kondisi tertentu. Dalam kondisi tersebut, konflik sering kali berujung pada kekerasan dan ketidakpercayaan antara kelompok-kelompok.

Secara keseluruhan, penelitian tentang konflik komunitas mencerminkan berbagai perspektif dan komunitas. Terdapat fokus pada rasa memiliki komunitas sendiri dan saling ketergantungan dengan komunitas lain. Ketergantungan ini menciptakan tantangan yang sering kali menghasilkan konflik ketika komunitas berusaha untuk mendamaikan perbedaan nilai, moral, budaya, dan agama. Selain itu, pentingnya dialog sangat mendasar dalam mengatasi konflik komunitas

secara etis yang membangun kepercayaan dan mendorong kreativitas. Bab-bab ini membantu menggambarkan kompleksitas dalam mengelola konflik komunitas (John dan Stella, 2013).

## 2.5 Media Sosial

### 2.5.1 Pengertian Media Sosial

Menurut Van Dijk, media sosial merupakan *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi dari pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai penyedia (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna serta sebuah ikatan sosial (Nasrullah, 2015)

Meike dan Young juga mengemukakan tentang media sosial, kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu (Nasrullah, 2015)

### 2.5.2 Twitter

Maclean et al mengemukakan bahwa Twitter adalah media sosial yang memungkinkan pengguna mengunggah komentar singkat, menyertakan tautan ke blog atau halaman web, gambar, video, dan semua materi lainnya secara *online* (Puspita, 2021). Kehadiran media sosial sebagai salah satu wujud perkembangan teknologi yang dimanfaatkan manusia modern untuk berkomunikasi (Azeharie dan Kusuma, 2014)

Twitter memiliki manfaat bagi para penggunanya, menurut Hannani (2019), manfaat dari Twitter diantaranya yaitu:

1. Media komunikasi

2. Berbagi informasi, berita dan pendapat
3. Berbagi motivasi
4. Media bisnis
5. Media untuk menggerakkan atau mempengaruhi masa
6. Media hiburan
7. Media untuk mengasah kemampuan menulis

Twitter didirikan oleh Jack Dorsey pada Maret 2006 dan diluncurkan pertama kali pada Juli 2006. Twitter memiliki beberapa fitur yang dapat digunakan oleh penggunanya, diantaranya yaitu:

1. *Tweet* atau kicauan: fitur untuk membagikan tulisan, foto atau video kepada publik
2. *Follow, followers, following*: fitur aktivitas mengikuti suatu akun di Twitter
3. *Hashtag*: fitur untuk mengawali sebuah topik bahasan di Twitter dengan menggunakan simbol “#”
4. *Retweet*: fitur untuk membagikan ulang postingan di Twitter
5. *Quote Retweet*: fitur untuk melakukan *retweet* namun pengguna bisa menambahkan komentar atau teks
6. *Like*: fitur untuk menyukai postingan pengguna Twitter
7. *Thread*: fitur rangkaian tweet pengguna yang dibuat saling terhubung
8. *Direct Message*: fitur membuat percakapan antar individu atau kelompok sebagai sesama pengguna Twitter
9. *Search bar*: fitur yang digunakan untuk mencari *tweet*, akun, foto, atau video yang diunggah oleh pengguna Twitter lain.

Penggunaan Twitter di Indonesia pada dasarnya ditujukan untuk kebutuhan yang sama dengan media sosial lainnya, yaitu keperluan ikatan pertemanan, pemenuhan informasi terkini, hiburan, aktualisasi diri, bahkan mengarah pada narsisme (Asmara & Butsi, 2020)

## **2.6 Konflik Komunikasi di Media Sosial Twitter**

### **2.6.1 Sumber penyebab konflik di media sosial twitter**

Menurut Hasibuan (2007) sumber-sumber penyebab konflik yaitu:

1. Perbedaan pendapat

Perbedaan pendapat akan menimbulkan persaingan atau konflik karena orang atau kelompok terlalu mempertahankan bahwa pendapatnya yang paling tepat.

2. Salah paham

Salah paham merupakan salah satu hal yang dapat menimbulkan konflik. Salah paham terjadi ketika satu pihak melakukan kegiatan yang memiliki tujuan yang baik, tetapi bagi pihak lain kegiatan tersebut dianggap merugikan.

3. Satu atau kedua pihak yang merasa dirugikan

Tindakan atau perbuatan yang dilakukan oleh satu pihak yang mungkin dianggap merasa merugikan bagi pihak lainnya dapat memicu terjadinya konflik.

4. Perasaan sensitif atau mudah tersinggung yang terdapat dalam seorang individu dapat menjadi penyebab terjadinya konflik.

5. Perilaku atau Perasaan sensitif

Sikap seseorang dapat menyinggung perasaan orang lain yang dapat menimbulkan konflik.

### **2.6.2 Cara Mengatasi Konflik di Media Sosial Twitter**

Internet dan media sosial dapat menjadi wadah atau tempat yang memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk mengekspresikan diri kepada siapa saja. Namun, tidak sedikit terjadinya sebuah perbedaan pendapat yang pada akhirnya menyebabkan adanya konflik antar pengguna media sosial, salah satunya yaitu media sosial Twitter. Faktor utama terjadinya konflik di media sosial adalah kurangnya komunikasi dan penyebaran informasi yang tepat. Menurut Nugraha, (2022) Konflik di media sosial dapat diatasi dengan berbagai macam cara, diantaranya yaitu:

1. Memperhatikan kondisi emosional dan kontrol privasi: penting untuk memperhatikan kondisi emosional dalam menggunakan media sosial dan mengatur kontrol privasi dengan cara publik tidak dapat mengakses profil dari pemilik akun.
2. Pikirkan sebelum menyampaikan pendapat: sebelum menuliskan suatu pendapat di media sosial, ada baiknya memikirkan terlebih dahulu apakah perlu untuk menyampaikannya dan jika perlu maka nyatakan dengan jelas agar tidak terjadi kesalahpahaman.
3. Menghapus unggahan di media sosial: tindakan menghapus unggahan di media sosial dapat menjadi langkah penting pertama dalam mengatasi konflik.
4. Mengabaikan pengguna: cara yang baik dalam mengatasi konflik yaitu dengan tidak mengatakan apapun. Tidak wajib untuk mengetik tanggapan dan mengunggahnya.



5. Memblokir pengguna: jika seseorang mengatakan sesuatu yang tidak sopan atau penuh kebencian di media sosial, ada baiknya untuk memblokir pengguna tersebut agar terhindar untuk melakukan interaksi yang dapat menyebabkan konflik.

## 2.7 Fandom

Fandom merupakan sebutan lain dari sekelompok penggemar atau fans. Fandom berasal dari kata dalam Bahasa Inggris “Fan” yang berarti penggemar dan akhiran- “dom”. Fandom adalah istilah yang digunakan untuk menunjuk pada subkultur, berbagai hal dan berbagai kegiatan yang berkenaan dengan penggemar dan kegemarannya (Hollows, 2000).

Fauziah, dan Kusumawati (2013) menjelaskan bahwa *fandom* merupakan singkatan dari *fan kingdom*, yaitu sebuah perkumpulan besar yang tergabung atas tujuan yang sama. Dari kesamaan ini, menciptakan ikatan yang cukup erat antar orang ke orang di dalam kelompok tersebut. Perkumpulan yang dilakukan oleh *fandom* itulah yang membuat *girlband*, *boyband*, maupun *idol* lainnya tumbuh kuat karena dukungan *fans* nya tersebut.

Penggunaan kata “fan” diambil untuk menggambarkan penonton yang berdedikasi untuk film dan musik, kemudian berkembang menjadi seseorang yang berdedikasi terhadap orang terkenal atau selebriti (Duffett, 2013). Fans dapat diambil dari kata fanatik. Fanatik biasanya dilihat dari sisi negatif, mereka terlalu terobsesi, gila, dan terlalu menghabiskan waktu dan tenaga mereka.

Dalam bukunya Duffett (2013) ia menjelaskan *fandom* adalah ciri utama *fandom* adalah menjadikan reaksi pribadinya tersebut dapat menjadi interaksi sosial, yang awalnya hanya melihat suatu budaya yang ada, yang kemudian menjadi



anggota budaya tersebut. Banyak penggemar yang merasa bebas di fandom daripada diluar dalam mengekspresikan diri mereka sendiri, bertanya dan mendiskusikan berbagai pandangan (Jenkins,2006).

Menurut Joli Jenson, literatur mengenai kelompok penggemar selalu dicirikan (mengacu pada asal usul istilahnya) sebagai suatu kefanatikan yang potensial. Hal ini berarti bahwa kelompok penggemar dilihat sebagai perilaku yang berlebihan dan berdekatan dengan kegilaan (Storey, 2010)

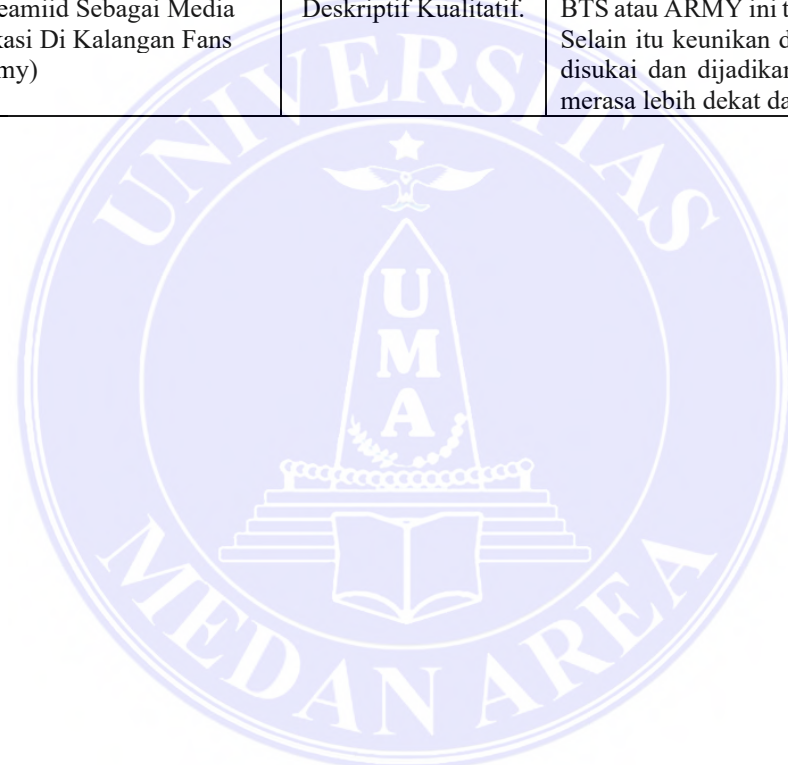
## **2.8 Penelitian Terdahulu**

Setelah peneliti melakukan telaah penelitian, terdapat beberapa keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan peneliti. Dari penelitian terdahulu yang ditelaah peneliti, peneliti dapat menemukan penelitian yang judulnya mirip dengan penelitian ini tetapi permasalahan yang diangkat berbeda dengan penelitian. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini:

**Tabel 1**  
**Kajian Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil
1.	Eka Putri Wardani dan Rina Sari Kusuma	Interaksi Parasosial Penggemar KPop Di Media Sosial (Studi Deskriptif Pada <i>Fandom Army</i> Di <i>Twitter</i> )	Metode Deskriptif Kualitatif.	Army (Fans <i>BTS</i> ) aktif menjalankan interaksi parasosial terhadap <i>BTS</i> di media sosial <i>Twitter</i> di mana interaksi parasosial yang dilakukan melibatkan proses parasosial atau respons psikologis yaitu respon kognitif, respon afektif, dan respon perilaku. Hal tersebut dapat dilihat dari bentuk-bentuk interaksi parasosial yang dilakukan Army di <i>Twitter</i> dan di dunia nyata.
2.	Rifa Rammah Chalifah	Fanwar Fandom K-Pop Secret Number	Metode Deskriptif Kualitatif.	Komunikasi di dalam fandom ini memiliki pola komunikasi secara 2 arah. Semua dapat memberikan feedback yang menjadikan komunikasi di dalam fandom tidak putus dengan cepat. Dengan interaksi komunikasi digital, fandom mampu menghadapi fanwar yang terjadi meski ada beberapa hambatan dikarenakan fandom terbentuk secara virtual. Semaksimal mungkin fandom dapat mengawasi dan membatasi hal-hal yang tidak diinginkan agar tidak terjadi konflik yang begitu dalam.
3.	Rofifah Yumna, Alifah Sabila dan Aisyah Fadhillah	Aktivitas Fanatisme Kpop Di Media Sosial (Analisis Tekstual Pada Akun <i>Twitter</i> @Wingsforx1)	Metode Penelitian Kualitatif.	Seorang fans dikategorikan ‘fanatik’ jika mereka menunjukkan afeksi dan tindakan yang cukup ekstrim terhadap idolanya. Hal ini dapat dilihat melalui postingan gambar maupun teks yang ada di akun @WingsForX1 dimana <i>fandom One It</i> melakukan serangkaian <i>fan project</i> seperti <i>fan donation</i> , protes atau demo di depan gedung <i>CJ ENM</i> yang merupakan penyelenggara acara <i>Produce X 101</i> . Selain itu <i>One It</i> juga melakukan aktivitas produksi kreatif, produksi yang dilakukan <i>One It</i> ini adalah membuat video dukungan lewat <i>LED truck</i> dan <i>videotron</i> sebagai bentuk kekecewaan mereka atas pembubaran <i>Boygrouop X1</i> dan usaha untuk mendebatkan kembali X1. Aktivitas produksi kreatif juga dikatakan sebagai bentuk fanatisme karena kekaguman akan artis idola mereka.
4.	Maria Villy Tesalonika Mangowal, Yuriewaty Pasoreh, Stefi Helistina Harilama	Peran Komunikasi Virtual CMC Dalam Mencegah Fandom War Di Komunitas Akun <i>Twitter</i> @Treasurebabble	Metode Penelitian Kualitatif.	Komunikasi yang dilakukan dalam komunitas akun <i>twitter</i> penggemar menghasilkan berbagai macam informasi mengenai komunitas yaitu idola mereka. Bahkan penggemar juga saling menyalurkan emosi mereka. Juga pesan yang mereka ingin sampaikan tersalurkan dengan baik, tetapi jika terjadi kejanggalan akan diselesaikan dengan baik. Akun <i>twitter</i> @treasurebabble bisa dikatakan dapat mencegah <i>fandom war</i> karena melalui akun ini penggemar mendapat medium untuk saling bertukar pemikiran jika terjadi kejanggalan dalam komunitas mereka, serta menjadi wadah informasi yang disertai dengan foto atau video sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman

5.	Syeny Wulandari Masruroh	Media Sosial Dan Fanatisme:(Studi Deskriptif Kualitatif Fanatisme Exo Fandom Di Twitter Pada Tahun 2020)	Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif.	Fanatisme EXO <i>Fandom</i> yang ditunjukkan dari aktivitas penggemar yang dilakukan di media sosial <i>twitter</i> ini secara garis besar disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya yaitu, (1) rasa suka dan kagum yang tinggi, (2) addiction, (3) rasa ingin memiliki, dan (4) loyalitas.
6.	Karmila Rahma Yuniasti & Frida Kusumastuti	Pemanfaatan Akun Twitter @Armyteamiid Sebagai Media Komunikasi Di Kalangan Fans BTS (Army)	Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif.	Pemanfaatan akun twitter @Armyteamiid sebagai media komunikasi antar Fans BTS atau ARMY ini terbukti sudah sesuai dengan kebutuhan yang mereka perlukan. Selain itu keunikan dan keramahan dari akun @Armyteamiid menjadikan mereka disukai dan dijadikan pilihan utama oleh para fans BTS di Indonesia karena mereka merasa lebih dekat dan sejalan dengan para admin yang ada.



## 2.9 Perbedaan Dengan Penelitian Sebelumnya

Beberapa penelitian terdahulu yang peneliti temukan tentunya membahas tentang sebuah fandom dan juga penggunaan media sosial terutama Twitter. Dari beberapa penelitian terdahulu, ditemukan pula perbedaan dengan penelitian ini. Perbedaan-perbedaan tersebut diantaranya:

### 1. Perbedaan Tema Penelitian

Pada penelitian sebelumnya membahas tentang interaksi parasosial penggemar, aktivitas fanatisme di media sosial, peran komunikasi virtual, dan juga pemanfaatan sebuah akun sebagai media komunikasi. Sedangkan penelitian ini peneliti membahas tentang konflik komunikasi yang terjadi antar sesama penggemar di media sosial Twitter.

### 2. Perbedaan Objek Penelitian

Penelitian sebelumnya mengambil objek penelitian dari penggemar *boyband* dan *girlband* BTS, Secret Number, X1, Treasure dan EXO. Sedangkan penelitian ini mengambil objek penelitian dari penggemar *boyband* NCT.

Dari beberapa perbedaan di atas, terdapat satu perbedaan dari penelitian sebelumnya yaitu penelitian sebelumnya membahas tentang fenomena perdebatan antar penggemar satu grup dengan penggemar grup lainnya. Namun pada penelitian ini peneliti membahas tentang fenomena perdebatan yang terjadi antar penggemar dari grup yang sama.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metodologi penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2019) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi/gabungan, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi (Sugiyono, 2019).

Penelitian ini juga menggunakan metode netnografi. Netnografi adalah metode penelitian online yang berasal dari etnografi, yang berisi serangkaian tugas penelitian khusus yang berkaitan dengan pengumpulan data, analisis, etika penelitian, dan representasi yang memiliki hubungan kuat dengan kebutuhan partisipan untuk mengamati.

Netnografi adalah penelitian observasional partisipan yang berbasis di lapangan online dengan menggunakan komunikasi yang dimediasi oleh komputer sebagai sumber data untuk sampai pada pemahaman etnografi dan representasi fenomena budaya atau komunal (Kozinets, 2010)

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif. Karena penelitian ini ditujukan untuk mencari tahu bagaimana “Konflik Komunikasi Antara Unit-unit Fans NCT (*Neo Culture Technology*) di Twitter” dan peneliti akan menggunakan metode netnografi dalam proses pengumpulan data untuk kebutuhan penelitian.



### 3.2 Sumber Data

Data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

- a. Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama (tanpa melalui perantara), baik secara individu maupun kelompok. Jadi data yang didapatkan secara langsung. Data primer dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Penulis mengumpulkan data primer melalui metode observasi (pengamatan) dan wawancara online ke beberapa informan.
- b. Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh oleh pihak lain). Data sekunder digunakan untuk mendukung dan melengkapi data primer, dapat diperoleh melalui dokumen, catatan, jurnal, dan lainnya yang mendukung data primer.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai cara dan berbagai sumber. Oleh karena itu, peneliti mengumpulkan data melalui beberapa cara, yaitu:

- a. Observasi (Pengamatan)

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, disertai dengan pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran. Menurut Nana Sudjana observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Teknik observasi

adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki.

Berdasarkan teknik pengumpulan data melalui observasi (pengamatan) yang dilakukan peneliti adalah mengamati secara langsung melalui media sosial Twitter dan juga sumber lainnya mengenai konflik komunikasi antar sesama fans NCT yang nantinya diharapkan mendapatkan banyak informasi mengenai penelitian ini.

#### b. Wawancara

Menurut Esterberg, wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono,2019)

Esterberg juga mengemukakan beberapa macam wawancara yaitu wawancara terstruktur, wawancara semi terstruktur, dan tidak terstruktur. Berdasarkan teknik pengumpulan data melalui wawancara, peneliti akan menggunakan teknik wawancara terstruktur (*structured interview*). Wawancara terstruktur adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan bila peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi yang akan diperoleh (Sugiyono,2019)

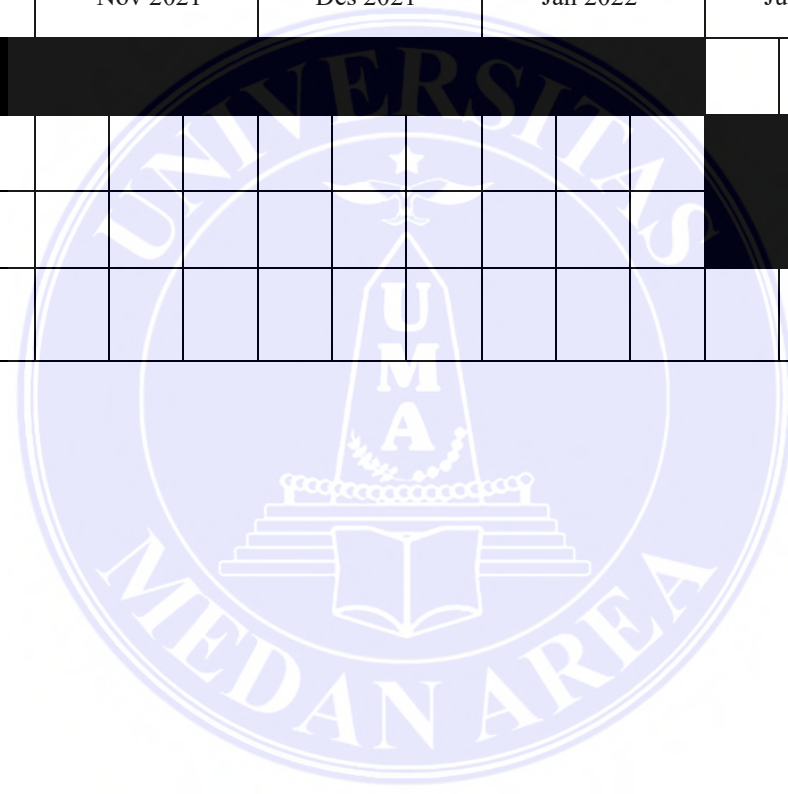
Pada wawancara terstruktur ini setiap responden diberi pertanyaan yang sama dan peneliti akan mencatatnya. Peneliti juga akan menggunakan metode *purposive sampling* dalam memilih informan secara profesional dengan orang yang dinilai sesuai dengan kriteria dan juga syarat untuk menjadi informan dalam penelitian ini.

### 3.4 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai dari Agustus 2022 sampai Oktober 2022.

**Tabel 2**  
**Waktu penelitian**

Uraian Kegiatan	Okt 2021	Nov 2021	Des 2021	Jan 2022	Juli 2022	Ags 2022	Sep 2022
Penyusunan Proposal	█						
Seminar Proposal					█		
Perbaikan Proposal							
Pengambilan Data atau Penelitian						█	



**Tabel 3**  
**Waktu penelitian**

Uraian Kegiatan	Okt 2022	Nov 2022	Des 2022	Jan 2023	Feb 2023	Maret 2023	Juli 2023
Pengambilan Data atau Penelitian	■						
Penyusunan Skripsi		■	■	■	■		
Seminar Hasil						■	
Perbaikan Skripsi						■	
Sidang Meja Hijau							■

### 3.5 Instrumen Penelitian

Menurut Gulo (2000), instrumen penelitian adalah pedoman tertulis tentang wawancara, atau pengamatan, atau daftar pertanyaan, yang dipersiapkan untuk mendapatkan informasi. Instrumen itu disebut pedoman pengamatan atau pedoman wawancara atau kuesioner atau pedoman dokumenter, sesuai dengan metode yang dipergunakan (Gulo, 2000). Instrumen adalah alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, sehingga mudah diolah (Arikunto, 2006)

Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri. Oleh karena itu peneliti sebagai instrumen juga harus “divalidasi” seberapa jauh peneliti siap melakukan penelitian. Peneliti dalam metode kualitatif sebagai *human instrument*, berfungsi untuk menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya (Sugiyono, 2019)

### 3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2019).

Data bisa saja dikumpulkan dalam berbagai macam cara seperti observasi, wawancara, intisari dokumen, atau pita rekaman. Biasanya diproses terlebih dahulu



sebelum siap digunakan. Tetapi analisis kualitatif tetap menggunakan kata-kata yang biasanya disusun ke dalam teks yang diperluas, dan tidak menggunakan perhitungan matematis atau statistika sebagai alat bantu analisis.

### **3.7 Pengujian Keabsahan Data**

Menurut Sugiyono (2017) menyebutkan, bahwa dalam menguji keabsahan data metode penelitian kualitatif, menggunakan istilah berbeda dengan metode kuantitatif. Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data menggunakan teknik observasi dan wawancara dengan informan. Oleh karena itu, untuk mendapatkan data yang valid dan memiliki kecocokan satu sama lain peneliti mengadakan triangulasi.

Triangulasi dapat diartikan sebagai pengecekan data atau informasi tertentu menggunakan triangulasi berbagai sumber, cara dan juga berbagai waktu. Jadi untuk menguji keabsahan data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber.

Triangulasi sumber adalah perbandingan atau pengecekan ulang derajat kepercayaan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber yang berbeda. Proses triangulasi dilakukan secara terus-menerus selama proses pengumpulan dan analisis data, sampai peneliti merasa yakin bahwa tidak ada lagi perbedaan informasi atau sesuatu yang perlu dikonfirmasi dengan informan.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa konflik komunikasi antara unit – unit fans NCT di Twitter terjadi karena adanya pertentangan atau perbedaan pendapat dan tujuan antara satu sama lain yang menyebabkan mereka (para penggemar) terlibat dalam sebuah konflik. Konflik yang terjadi antar fans juga karena beberapa faktor seperti karena salah paham antar penggemar, satu atau kedua pihak yang merasa dirugikan, dan juga karena adanya perasaan sensitif dan mudah tersinggung yang melibatkan mereka dalam sebuah konflik.

Kemudian adanya faktor *shiper* di dalam komunitas penggemar tersebut juga menjadi penyebab terjadinya konflik, dimana *shiper* adalah mereka (penggemar) yang memasang idola mereka dalam suatu hubungan yang romantis dan juga adanya sikap fanatik dan rasa memiliki yang tinggi dalam diri penggemar tersebut yang menyebabkan mereka terlibat dalam sebuah konflik dengan sesama penggemar.

Penyelesaian terhadap konflik komunikasi yang terjadi antara unit-unit fans NCT di Twitter yaitu tidak ditemukan adanya penyelesaian dalam konflik yang terjadi. Konflik yang terjadi hanya mereda saja dan dikemudian hari akan terulang kembali. Namun ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk meminimalisir konflik atau mencegah agar konflik tidak terjadi, seperti memikirkan terlebih dahulu sebelum menyampaikan pendapat, menghapus unggahan di media sosial yang berhubungan dengan konflik, mengabaikan pengguna yang memicu konflik,

dan memblokir pengguna yang menyebabkan konflik. Kemudian cara terpenting untuk mencegah atau meminimalisir konflik agar tidak terjadi yaitu dengan tidak menjadi penggemar yang fanatik, karena jika sudah terlalu fanatik akan sulit dan jika tidak ada sikap fanatik dalam diri seorang penggemar maka konflik dapat teratasi atau bahkan tidak terjadi.

## 5.2 Saran

Peneliti berharap kepada para penggemar NCT yaitu NCTzen untuk lebih dewasa dalam menghadapi suatu permasalahan. Sebagai penggemar sebaiknya mendukung apapun hal yang dilakukan oleh sang *idol*. Jika ada hal yang kurang disukai sebaiknya disimpan saja, tidak perlu diutarakan secara langsung terutama di media sosial karena hal tersebut dapat memicu terjadinya kesalahpahaman dan mengakibatkan terjadinya konflik. Harus lebih bijak dalam menggunakan media sosial. Semoga konflik antara unit-unit fans NCT ini bisa terminimalisir atau bahkan bisa terselesaikan dan tidak terjadi kembali.

Penelitian ini tentunya masih memiliki banyak kekurangan, baik itu dalam segi metode yang digunakan, ataupun dari segi pengumpulan datanya, maka dari itu peneliti berharap untuk penelitian selanjutnya agar dapat menggali lebih dalam mengenai data-data dalam penelitian. Menggunakan metode penelitian yang lain seperti misalnya metode penelitian kuantitatif mungkin bisa menjadi pertimbangan bagi peneliti di penelitian selanjutnya agar hasil yang didapat lebih jelas dan lebih spesifik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam. 2019. Demografi Pengguna Twitter di Indonesia Paling Banyak Pria Daripada Perempuan. <https://www.itworks.id/19408/demografi-pengguna-twitter-di-indonesia-paling-banyak-pria-daripada-perempuan.html>. (diakses pada tanggal 30 juli 2022)
- Ambar. 2022. *10 Penyebab Terjadinya Konflik Dalam Komunikasi*. <https://pakarkomunikasi.com/penyebab-terjadinya-konflik-dalam-komunikasi>. (diakses pada tanggal 10 Juni 2022)
- Anjarwati, J. 2020. Media Sosial: Pengertian, Jenis, Fungsi, dan Contoh. <https://teknoforesteract.com/media-sosial/>. (diakses pada tanggal 29 Juli 2022)
- Arifin, R. D. 2020. Pengertian Twitter, Sejarah, Fitur, Manfaat. <https://dianisa.com/pengertian-twitter/>. (diakses pada tanggal 10 Juni 2022)
- Asmara, S, & Butsi, F. I. 2020. Twitter dan Public Sphere: Studi Fenomenologi Tentang Twitter Sebagai Media Alternatif Komunikasi Politik. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Communique*.
- Azharie, S. & Oktavia K. 2014. Analisis Penggunaan Twitter Sebagai Media Komunikasi Selebritis di Jakarta. *Jurnal Komunikasi*. Vol 6. No. 2
- Cahyono, A. S. 2016. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Publiciana*. Vol 9. No. 1
- Chalifah, R. R. 2022. *Fanwar Fandom K-Pop Secret Number*. Skripsi terpublikasi Universitas Islam Indonesia.
- Duffet, M. 2013. *Understanding Fandom: An Introduction To The Study Of Media Fan Culture*. Bloomsbury: USA
- Effendy, O. U. 2003. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Citra Aditya Bakti: Bandung
- Effendy, O. U. 2011. Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya. Remaja Rosdakarya: Bandung
- Eliani, J., M. Salis. Y., dan Alifah N. M. 2018. Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial pada Penggemar Idola K-Pop. *Jurnal Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*. Vol 3. No. 1 (59–72)
- Fauziah, R. dan Kusuma, D. 2013. Fandom K-pop Idol dan Media Sosial. *Jurnal Universitas Sebelas Maret*. 1-18.
- Hannani, N. 2019. Pengertian Twitter Beserta Sejarah dan Manfaat Twitter Ynng Dibahas Secara Lengkap. <https://www.nesabamedia.com/pengertian-twitter/>. (diakses pada 10 Juni 2022)

- Jenkins, H. 2007. Gender and Fan Culture (Round Fifteen, Part Two:Bob Rehak and Suzane Scott. [http://henryjenkins.org/2007/09/gender\\_and\\_fan\\_round\\_f\\_4.html](http://henryjenkins.org/2007/09/gender_and_fan_round_f_4.html). (diakses pada 9 Juni 2022)
- Kemp, S. 2022. *Digital 2022: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>. (diakses pada tanggal 29 Juli 2022)
- Kozinets, R. V. 2010. *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Sage Publications.
- Kumparan. 2017. Fanatisme Fans K-Pop: Candu dan Bumbu Remaja. Tersedia di <https://kumparan.com/@kumparank-pop/fanssatisme-fans-k-pop-candu-danbumbu-remaja>. (diakses 9 Juni 2022)
- Lacasa, P., De la Fuente, J., García-Pernía, M. R., & Cortés, S. 2017. Teenagers, Fandom and Identity. *Persona Studies*, 3(2), 51. <https://doi.org/10.21153/ps2017vol3no2art648>
- Mangowal, M. V. T., dan Stefi H. H. 2021. Peran Komunikasi Virtual Cmc Dalam Mencegah Fandom War Di Komunitas Akun Twitter @Treasurebubble. *Acta Diurna Komunikasi* 3.4
- Masruroh, S. W. 2020. Media Sosial dan Fanatisme:(Studi Deskriptif Kualitatif Fanatisme Exo Fandom Di Twitter Pada Tahun 2020). Diss. Universitas Mercu Buana Yogyakarta
- Mulyana, D. 2017. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. PT Remaja Rosdakarya Offset: Bandung
- Nasrullah, R. 2018. Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi di Internet. Simbiosis Rekatama Media: Bandung
- Nugraha, D. F. 2022. Cara Mengatasi Konflik di Media Sosial. <https://www.daya.id/kesehatan/tips-info/sosial/cara-mengatasi-konflik-di-media-sosial>. (diakses pada 10 Juni 2022)
- Pruitt, D. G., dan Jeffrey Z. R. 2009. Teori Konflik Sosial. Pustaka Pelajar: Yogyakarta
- Puspita W. 2018. Manajemen Konflik (Suatu Pendekatan Psikologi, Komunikasi dan Pendidikan). Deepublish: Sleman
- Rohanawati, N. 2012. Alih Fungsi Twitter. (Skripsi Universitas Sebelas Maret, 2012).
- Roudhonah. 2007, Ilmu Komunikasi, UIN Press, Jakarta.



- Sabilah, A. C. 2022. Analisis Kontrol Diri Dalam Perilaku Konsumtif dan Aktivitas Media Penggemar NCT (NCTzen). Skripsi terpublikasi Universitas Islam Indonesia
- Soerjono, S. 2006. Sosiologi Suatu Pengantar. Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Storey, J. 2010. Pengantar Komprehensif Teori dan Metode Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop. Jalasutra: Yogyakarta
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta CV: Bandung
- Suyati. 2021. Dampak Media Sosial Terhadap Konflik di Masyarakat. Vol 7. No 1
- Wahyu, A. 2015 Konflik, Konsep Teori dan Permasalahan. *Publiciana*, 8(1), 38-52. <https://doi.org/10.36563/publiciana.v8i1.45>
- Wardani, E. P., dan Rina S. K. 2021. Interaksi Parasosial Penggemar Kpop Di Media Sosial (Studi Deskriptif Pada Fandom Army Di Twitter). Diss. Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Watie E. D. S. 2011. Komunikasi dan Media Sosial (*Communications and Sosial Media*). Vol III. No 1.
- Willi. 2015. *Distributed Twitter Crawler*. [http://repository.upi.edu/14288/4/S\\_KOM\\_0809126\\_Chapter1.pdf](http://repository.upi.edu/14288/4/S_KOM_0809126_Chapter1.pdf). (diakses pada tanggal 10 Juni 2022)
- Yumna, Rofifah, Dkk. 2020. Aktivitas Fanatisme Kpop di Media Sosial (Analisis Tekstual Pada Akun Twitter @Wingsforx1). *Syntax* 2.5
- Yuniasti, K. R., dan Frida K. 2021. Pemanfaatan Akun Twitter @Armyteamiid Sebagai Media Komunikasi Di Kalangan Fans BTS (army). (*Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan* 25)

## Lampiran 1

### DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

#### Pertanyaan Dasar

1. Apakah kamu pengguna aktif media sosial? Jika iya media sosial apa saja yang kamu gunakan?
2. Berapa lama kamu menghabiskan waktu untuk mengakses media sosial?
3. Apa tujuan kamu dalam menggunakan media sosial?
4. Jenis informasi apa saja yang biasanya sering kamu cari?
5. Sudah berapa lama pakai Twitter?

#### Pertanyaan mengenai konflik antara unit-unit fans NCT di Twitter

1. Kamu sebagai fans dari NCT dan tau akan konflik yang terjadi antar fans, awal mula tau adanya konflik di Twitter darimana? Kebetulan lewat di timeline, trending? Atau dari medsos lain?
2. Apa alasan kamu memilih Twitter sebagai media untuk mencari/mengikuti konflik yang terjadi?
3. Pernah atau tidak kamu membagikan salah satu thread konflik yang sedang terjadi ke sesama followers kamu di Twitter atau teman-teman di lingkungan kamu? Jika pernah, bagaimana caranya?
4. Selama kamu menggunakan Twitter untuk mengakses mengenai konflik yang terjadi antara unit fans, konflik seperti apa saja yang pernah kamu temukan?
5. Apakah kamu pernah ikut meramaikan konflik yang sedang terjadi di Twitter? Atau hanya sekedar memantau saja? Jika pernah, hal seperti apa yang kamu lakukan? Memberikan like/retweet/quote retweet?
6. Bagaimana pendapat kamu mengenai fenomena konflik antara unit fans ini?
7. Menurut kamu ada atau tidak penyelesaian terhadap konflik tersebut? Jika ada cara penyelesaian seperti apa agar konflik dapat terselesaikan?

## Lampiran 2

### Transkrip Wawancara 1

Waktu Wawancara : 25 September 2022  
Media Wawancara : Direct Messenger (DM) Twitter

#### Profil Narasumber

Nama : Rosa  
Umur : 21 Tahun  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Pekerjaan : Mahasiswa

#### Hasil Wawancara

Penulis : Selamat pagi kak, terima kasih karena telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjawab beberapa pertanyaan yang akan saya tanyakan pada hari ini kak

Narasumber : Selamat pagi, silahkan *drop the question* aja, ntar aku jawab yaa

Penulis : Baik kak, pertama saya ingin bertanya apakah kakak pengguna aktif media sosial? Jika iya media sosial apa saja yang kakak gunakan?

Narasumber : Iya aku pengguna aktif media sosial, media sosial yang biasa aku pake Twitter, Weibo, dan Instagram

Penulis : Berapa lama waktu yang kakak habiskan untuk mengakses media sosial?

Narasumber : Biasanya dalam sehari aku ngabisin sekitar 2-3 jam

Penulis : Apa tujuan kakak menggunakan media sosial?

Narasumber : Untuk bersosialisasi, *share* foto, mencari informasi

Penulis : Apa saja jenis informasi yang biasanya sering dicari?

Narasumber : Biasanya aku cari tentang topik yang sedang ramai dibicarakan

Penulis : Sebagai pengguna Twitter, sudah berapa lama kakak menggunakannya?

Narasumber : Aku jadi pengguna Twitter sudah sejak 2014, jadi udah sekitar 7 tahunan pake Twitter

Penulis : Baik kak, sekarang saya ingin bertanya mengenai fandom. Tahun berapa kakak bergabung ke dalam fandom NCT ini?

Narasumber : Aku ngikutin mereka dari sebelum debut, jadi ya bisa dikatakan gabung ke fandom sejak fandom ini ada berarti sejak 2016

Penulis : Apa tujuan kakak bergabung ke dalam fandom NCT?

Narasumber : Pastinya karena NCT itu sendiri ya, karena aku suka karya-karya mereka jadi aku bergabung ke fandom NCT yang diberi nama NCTzen

Penulis : Baik, sekarang saya akan bertanya mengenai topik utama dalam penelitian saya yaitu konflik yang terjadi antar unit fans NCT di Twitter. Saya ingin bertanya darimana awal mula kakak tau adanya konflik di Twitter?

Narasumber : Kebetulan topik war nya sering lewat *timeline* Twitter aku

Penulis : Apa saja konflik yang pernah kakak temui di Twitter?

Narasumber : Aku pernah nemuin war karena masalah kemenangan trophy akhir tahun, trus karena tiap unit punya prestasi masing-masing, fansnya

- malah jadi adu prestasi dan kadang topik warnya juga aneh kaya *shipper*, posisi member, *part vocal*, durasi di MV, dll
- Penulis : Menurut kakak apa penyebab konflik antar 2 unit fans NCT tersebut?
- Narasumber : Kalau menurut aku gak akan ada asap tanpa api, adanya war antar unit terutama 127 sama Dream ini pasti karena ada yang mulai. Baik dari dalam maupun dari luar. Hal itu bisa terjadi juga karena sikap fanatisme yang berlebihan
- Penulis : Bagaimana pendapat kakak mengenai fenomena konflik antar unit fans ini?
- Narasumber : Hanya membuang-buang waktu, daripada war antar unit lebih baik masing-masing stan unit itu ngerjain tugas/kerja/belajar sambil *streaming* lagu atau MV dari unitnya. Karena mau sengotot apapun pasti gak selesai-selesai
- Penulis : Baik kak, ini pertanyaan terakhir yang ingin saya tanyakan. Menurut kakak ada atau tidak penyelesaian terhadap konflik tersebut?
- Narasumber : Menurut aku ada, untuk menyelesaikannya ya dari masing-masing fandom unitnya jangan iri-irian, jangan gampang terpancing, fokus aja sama unit masing-masing, kalua ada topik war yang lewat mending di rnb aja, atau bisukan kata yang berhubungan sama unit sebelah
- Penulis : Baik kak, terima kasih banyak atas kesediaan waktunya untuk menjadi informan dalam penelitian saya. Informasi yang disampaikan sangat membantu kebutuhan penelitian saya
- Narasumber : Iya sama-sama. Seneng kalau ternyata bisa membantu



### Lampiran 3

#### Transkrip Wawancara 2

Waktu Wawancara : 19 September 2022

Media Wawancara : WhatsApp

#### Profil Narasumber

Nama : Irma  
Umur : 26 Tahun  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Pekerjaan : Wirausaha

#### Hasil Wawancara

Penulis : Selamat siang kak, terima kasih karena telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjawab beberapa pertanyaan yang akan saya tanyakan pada hari ini kak

Narasumber : Selamat siang, silahkan lampirkan pertanyaannya nanti akan saya jawab sepengetahuan saya

Penulis : Baik kak, pertama saya ingin bertanya apakah kakak pengguna aktif media sosial? Jika iya media sosial apa saja yang kakak gunakan?

Narasumber : Iya saya pengguna aktif media sosial, biasa saya pake Twitter dan Instagram

Penulis : Berapa lama waktu yang kakak habiskan untuk mengakses media sosial?

Narasumber : Dalam sehari biasanya saya menghabiskan sekitar 1-3 jam

Penulis : Apa tujuan kakak menggunakan media sosial?

Narasumber : Untuk mencari informasi dan berkomunikasi

Penulis : Apa saja jenis informasi yang biasanya sering dicari?

Narasumber : Seputar Kpop, *skincare* dan *make up*, dan lainnya

Penulis : Sebagai pengguna Twitter, sudah berapa lama kakak menggunakannya?

Narasumber : Saya menjadi pengguna Twitter sudah sejak 2018, jadi udah sekitar 4 tahunan pake Twitter

Penulis : Baik kak, sekarang saya ingin bertanya mengenai fandom. Tahun berapa kakak bergabung ke dalam fandom NCT ini?

Narasumber : Aku gabung ke fandom baru sekitar 4 tahunan sejak tahun 2018

Penulis : Apa tujuan kakak bergabung ke dalam fandom NCT?

Narasumber : Tujuan saya bergabung karena menyukai NCT dan saya ingin mencari teman yang memiliki kesukaan yang sama maka dari itu saya bergabung ke fandom NCT ini

Penulis : Baik, sekarang saya akan bertanya mengenai topik utama dalam penelitian saya yaitu konflik yang terjadi antar unit fans NCT di Twitter. Saya ingin bertanya darimana awal mula kakak tau adanya konflik di Twitter?

Narasumber : Saya tau adanya konflik karena banyak akun sesama fans yang membagikannya

Penulis : Apa saja konflik yang pernah kakak temui di Twitter?



- Narasumber : Saya pernah menemui konflik karena fans yang iri terhadap prestasi grup, yang membuat fansnya malah jadi memberikan *hate comment* kepada unit grup tersebut. Saya juga pernah menemukan konflik karena faktor *shipper* yang dibuat fans,
- Penulis : Menurut kakak apa penyebab konflik antar 2 unit fans NCT tersebut?
- Narasumber : Menurut saya penyebabnya itu karena kesalahpahaman yang berawal dari oknum fans yang membenci salah satu member atau unit sehingga dapat mempengaruhi fans yang lain
- Penulis : Bagaimana pendapat kakak mengenai fenomena konflik antar unit fans ini?
- Narasumber : Sebenarnya konflik seperti ini sudah sangat familiar di kalangan kpopers ataupun NCTzen itu sendiri, tidak menutup kemungkinan dikemudian hari akan terjadi lagi, tinggal bagaimana kita menyikapinya itu kembali kepada diri kita sendiri, apakah yang kita lakukan bisa berdampak baik atau buruk untuk idola kita. Semua orang memiliki kepala dan jalan pikiran yang berbeda-beda tentunya
- Penulis : Baik kak, ini pertanyaan terakhir yang ingin saya tanyakan. Menurut kakak ada atau tidak penyelesaian terhadap konflik tersebut?
- Narasumber : Konflik yang disebabkan fans dari antar unit ini tentu sangat merugikan bagi nama baik fandom itu sendiri, seharusnya oknum yang membuat opini yang dapat mempengaruhi banyak fans lainnya ditegur dengan cara yang baik tanpa harus menyebabkan konflik. Tetapi dari kenyataan yang ada banyak dari mereka yang tidak terima ketika diberi arahan, sehingga menimbulkan lebih banyak perspektif yang buruk untuk idol mereka sendiri. Jadi kembali kepada diri kita sendiri, kalau kita ikut meramaikan ya berita akan semakin menyebar dan mereka merasa diberi akses untuk menggiring opini dan hujatan terhadap unit masing-masing yang bahkan masih di grup global yang sama. Pintar dan bijaklah dalam menggunakan media sosial.
- Penulis : Baik kak, terima kasih banyak atas kesediaan waktunya untuk menjadi informan dalam penelitian saya. Informasi yang disampaikan sangat membantu kebutuhan penelitian saya
- Narasumber : Iya sama-sama.

## Lampiran 4

### Transkrip Wawancara 3

Waktu Wawancara : 19 September 2022

Media Wawancara : LineApp

#### Profil Narasumber

Nama : Raisa  
Umur : 20 Tahun  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Pekerjaan : Mahasiswa

#### Hasil Wawancara

Penulis : Selamat siang kak, terima kasih karena telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjawab beberapa pertanyaan yang akan saya tanyakan pada hari ini kak

Narasumber : Selamat siang, langsung *drop* aja pertanyaannya ya kak nanti akan aku jawab

Penulis : Baik kak, pertama saya ingin bertanya apakah kakak pengguna aktif media sosial? Jika iya media sosial apa saja yang kakak gunakan?

Narasumber : Iya kak aku pengguna aktif media sosial, biasa aku pake Twitter dan Instagram

Penulis : Berapa lama waktu yang kakak habiskan untuk mengakses media sosial?

Narasumber : Dalam sehari biasanya aku menghabiskan waktu sekitar 5-6 jam

Penulis : Apa tujuan kakak menggunakan media sosial?

Narasumber : Untuk mencari informasi dan mencari hiburan

Penulis : Apa saja jenis informasi yang biasanya sering dicari?

Narasumber : Biasanya informasi mengenai berita atau kejadian terbaru yang sedang terjadi

Penulis : Sebagai pengguna Twitter, sudah berapa lama kakak menggunakannya?

Narasumber : Kalo aku jadi pengguna Twitter sudah sejak 2018, jadi udah sekitar 4 tahunan pake Twitter

Penulis : Baik kak, sekarang saya ingin bertanya mengenai fandom. Tahun berapa kakak bergabung ke dalam fandom NCT ini?

Narasumber : Aku gabung ke fandom baru sekitar 4 tahunan sejak tahun 2019

Penulis : Apa tujuan kakak bergabung ke dalam fandom NCT?

Narasumber : Aku gabung ke fandom karna pengen nyari temen yang sefrekuensi dan aku sukanya NCT jadi aku gabung ke fandom NCT

Penulis : Baik, sekarang saya akan bertanya mengenai topik utama dalam penelitian saya yaitu konflik yang terjadi antar unit fans NCT di Twitter. Saya ingin bertanya darimana awal mula kakak tau adanya konflik di Twitter?

Narasumber : Aku tau adanya konflik karena lewat di *timeline* Twitter aku

Penulis : Apa saja konflik yang pernah kakak temui di Twitter?

Narasumber : Aku pernah nemuin konflik kaya fans yang merasa tidak adil dengan jadwal kegiatan dari unit grup, terus aku juga nemu konflik

- karna kemenangan unit NCT 127 di acara SMA dan fans dari unit NCT Dream tidak terima atas kemenangan dan fans dari unit NCT Dream sampai melakukan protes ke agensi dari NCT yaitu SM Entertainment,
- Penulis : Menurut kakak apa penyebab konflik antar 2 unit fans NCT tersebut?
- Narasumber : Menurut aku konflik antar 2 unit ini dapat terjadi karena dari awal agensi yang menaungi grup tersebut telah memisahkan 2 unit tersebut seperti grup yang berbeda padahal sebenarnya 2 unit itu adalah satu grup yang sama. Agensi juga membedakan 2 unit fans grup NCT itu seperti Dreamzen dan 127zen saat acara konser tahunan agensi dengan memberikan logo fandom yang berbeda padahal seharusnya mereka tidak berbeda hanya satu yaitu NCTzen
- Penulis : Bagaimana pendapat kakak mengenai fenomena konflik antar unit fans ini?
- Narasumber : Seharusnya itu tidak terjadi, karena 2 unit itu merupakan 1 grup yang sama sehingga seharusnya konflik ini tidak perlu terjadi
- Penulis : Baik kak, ini pertanyaan terakhir yang ingin saya tanyakan. Menurut kakak ada atau tidak penyelesaian terhadap konflik tersebut?
- Narasumber : Menurut aku tidak ada, karena dari penyebabnya kita sudah mengetahui bahwa salah satu alasan konflik ini terjadi adalah perlakuan agensi yang membedakan antara 2 unit grup ini sehingga fandom grup pun ikut terbelah. Jadi selagi agensi masih membedakan antara 2 unit ini dan memberikan 2 nama fandom yang berbeda ke tiap unit, konflik ini mungkin akan tetap terus ada. Namun, saran dari aku untuk 2 unit fans ini untuk mengurangi atau menghindari konflik dengan lebih menghargai tiap unit, karena mereka merupakan satu grup yang sama tidak dibeda-bedakan sehingga segala pencapaian dari salah satu unit merupakan pencapaian unit lain juga dan turut merasa senang sehingga tidak ada kecemburuan atau iri dan konflik dapat terhindari.
- Penulis : Baik kak, terima kasih banyak atas kesediaan waktunya untuk menjadi informan dalam penelitian saya. Informasi yang disampaikan sangat membantu kebutuhan penelitian saya
- Narasumber : Iya kak sama-sama.

## Lampiran 5

### Transkrip Wawancara 4

Waktu Wawancara : 25 Januari 2023

Media Wawancara : Google Meet

#### Profil Narasumber

Nama : Annisaa Fitri, S.I.Kom, M.Si

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Pakar K-Pop & Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret

#### Hasil Wawancara

Penulis : Assalamualaikum, selamat siang Bu terima kasih atas ketersediaan waktunya untuk menjadi narasumber dalam wawancara ini dan menjawab beberapa pertanyaan yang akan saya tanyakan pada hari ini.

Narasumber : Waalaikumsalam, selamat siang. Sebelum itu boleh kamu beritahu dulu riset kamu tentang apa?

Penulis : Baik Bu, riset saya mengenai fenomena fanwar atau konflik komunikasi antar sesama fans dari sebuah fandom yang sama di media sosial Twitter

Narasumber : Oh gitu, oke oke. Terus yang mau dilihat apanya?

Penulis : Baik Bu, jadi saya ingin bertanya menurut Ibu apa saja jenis dan sumber konflik fans *Boygroupp/Girlgroupp*?

Narasumber : Sumber konflik itu sebenarnya bisa dari mana aja ya, karena kalo diliat di Twitter fanwar itu dimulai dari satu pihak. Kalo *Boygroupp* itu ada namanya *Shipper*. Jadi misalnya member A di ship sama member B tapi ada yang ngeship A dengan member C nah karna itu jadi berantem. Terus satu misalnya member A paling menonjol tapi dia punya *hatter*, ada banyak sih sebenarnya sumber konflik. Cuma yang menjadi permasalahan sebenarnya tidak bisa dipetakan secara jelas gitu akarnya dari mana karena pada intinya fanwar itu kaya bola liar, jadi kalo udah satu benci si A yaudah nanti dia benci yang lain dan itu memang kalo mau diliat itu dari setiap fandom itu oknumnya sama, jadi si penebar kebencian atau penebar berita bohong itu oknumnya sama atau bisa juga dari orang yang berbeda.

Penulis : Lalu menurut Ibu mengapa mereka (para fans) berkonflik? Terutama di media sosial Twitter?

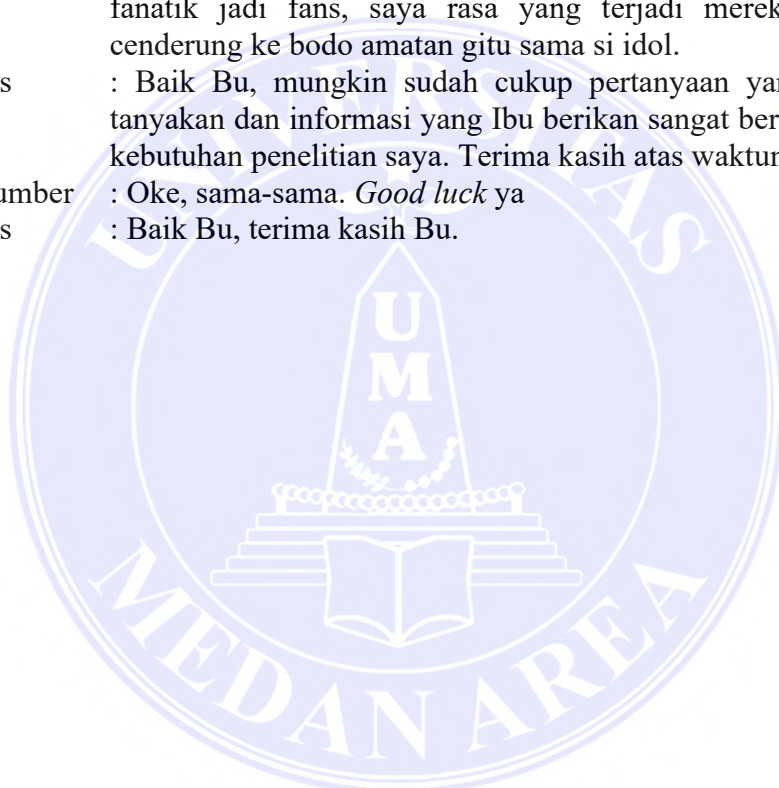
Narasumber : Karena gini, sebenarnya mereka memiliki rasa memiliki yang sangat besar ya ke idolnya. Jadi mereka itu ibaratnya kaya tim PR yang tidak dibayar dari si idol ini sendiri. Jadi ketika idol mereka kenapa-kenapa, mereka merasa ya kalo bukan gue fans nya siapa lagi yang maju, agensinya gak bakal bergerak.

Penulis : Kemudian pertanyaan selanjutnya apa yang menyebabkan konflik menjadi semakin besar atau berlarut-larut?

Narasumber : Karena Twitter itu seperti hutan rimba, kalo satu udah menyulut peperangan, menyulut fanwar yaudah itu udah tidak bisa terkendali. Misalnya ada yang cuma ngetweet gini “ah gue gasuka sama lagu NCT yang ini” nah nanti diserang tuh. Padahal secara personal itu



- pendapat pribadi. Tipe-tipe fans nya memang tidak bisa dikritik memang anti kritik, buat idolanya ya pokoknya idolanya tidak boleh dikritik sama sekali
- Penulis : Seperti itu ya Bu. Baik pertanyaan selanjutnya menurut Ibu bagaimana penyelesaian terhadap konflik fans di Twitter?
- Narasumber : Penyelesaiannya justru kebanyakan akan datang dari idolnya, misalnya idolnya tau fans nya lagi berantem trus mereka foto berdua ceritanya mereka akur. Tapi ya nantinya bakal ada fanwar lagi, jadi ya gak akan beres.
- Penulis : Jika cara pencegahan untuk mengatasi atau meminimalisir konflik, menurut Ibu ada tidak?
- Narasumber : Jangan jadi terlalu fanatik sebetulnya. Karena kalo udah fanatik udah susah sih mau di apa-apain. Kalo misalnya mereka gak terlalu fanatik jadi fans, saya rasa yang terjadi mereka akan lebih cenderung ke bodo amatan gitu sama si idol.
- Penulis : Baik Bu, mungkin sudah cukup pertanyaan yang ingin saya tanyakan dan informasi yang Ibu berikan sangat bermanfaat untuk kebutuhan penelitian saya. Terima kasih atas waktunya ya Bu.
- Narasumber : Oke, sama-sama. *Good luck* ya
- Penulis : Baik Bu, terima kasih Bu.





## Lampiran 6

### Surat Pernyataan Penelitian

#### SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini selaku Dosen Pembimbing I dari mahasiswa yang namanya tersebut di bawah ini:

Nama : Nadia Putri Lubis  
NPM : 188530040  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Penelitian : Konflik Komunikasi Antara Unit – Unit Fans NCT di Twitter

Menyatakan bahwa mahasiswa bimbingan saya tersebut benar telah mengambil data dari Twitter (<https://twitter.com/Twitter>) melalui internet mulai dari tanggal 5 Agustus – 20 Oktober untuk data dalam menyusun skripsinya.

Demikian surat pernyataan ini diperbuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, 26 Januari 2023

Diketahui  
Wakil Dekan Bid. Akademik,

Dinyatakan oleh  
Dosen Pembimbing Skripsi,



**Dr. Nadra Ideyani Vita, M.Si**



**Dr. Ressi Dwiana, MA**