

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Fenomena fandom merupakan salah satu dinamika penting dalam budaya populer global yang berkembang seiring dengan kemajuan teknologi digital dan media sosial. Fandom mengacu pada komunitas penggemar yang memiliki ketertarikan kolektif terhadap tokoh publik, grup musik, film, atau produk budaya lainnya. Istilah fandom sendiri sudah ada sejak lama yaitu tahun 1903, pada saat itu fandom memiliki arti sebagai subkultur penggemar (Barry Popik, 2019). Keterlibatan mereka tidak hanya tercermin dari konsumsi karya, tetapi juga dalam pembentukan identitas, solidaritas, serta partisipasi aktif dalam aktivitas sosial secara daring. Di era digital, pertumbuhan fandom semakin pesat karena difasilitasi oleh media sosial yang memungkinkan interaksi lintas wilayah dan waktu secara cepat dan luas.

ARMY, sebagai salah satu komunitas penggemar terbesar dan paling aktif secara global, merupakan sebutan bagi pendukung grup musik asal Korea Selatan, BTS. Melalui platform media sosial seperti X, ARMY tidak hanya berperan dalam menyebarluaskan informasi dan mendukung kegiatan idola mereka, tetapi juga berpartisipasi dalam berbagai kampanye sosial, aksi kemanusiaan, serta diskursus global. Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran peran penggemar dari konsumen pasif menjadi aktor aktif yang turut membentuk opini publik dan budaya digital.

Fandom ARMY dikenal sangat loyal dan aktif mendukung BTS, baik secara *online* maupun *offline*. Fandom ARMY dapat mengamati siaran langsung dari konser, atau bahkan terlibat langsung dengan idola mereka melalui komentar dan pesan di X. Pengalaman ini menjadikan hubungan antara idola dan fans dibuat lebih pribadi dan intim, meskipun terbatas kan melalui layar. Sama halnya seperti yang dikatakan (Hasbullah, 2006: 9) bahwa interaksi sosial yang terjadi di dunia maya terbangun atau terjalin karena adanya pola interaksi timbal balik dan saling menguntungkan.

Tingginya visibilitas dan tingkat fanatisme yang ditunjukkan oleh komunitas fandom seperti ARMY telah memunculkan berbagai respons dari masyarakat. Di satu sisi, mereka dipuji karena kompak dan berpengaruh, namun di sisi lain, muncul penolakan, cibiran, hingga ujaran kebencian yang menasar baik idola maupun penggemarnya. Situasi ini memperlihatkan bahwa eksistensi fandom dalam ruang digital tidak hanya menciptakan solidaritas, tetapi juga membuka potensi konflik sosial di ranah digital.

Ujaran kebencian terhadap BTS dan ARMY terjadi dalam berbagai bentuk, mulai dari penghinaan fisik, stereotip budaya, hingga pelabelan terhadap penggemar laki-laki (*fanboy*) sebagai pribadi yang dianggap menyimpang dari norma maskulinitas atau “berlebihan” hanya karena menyukai BTS. Salah satu kasus yang sempat viral terjadi pada tahun 2021, ketika seorang penyiar radio Jerman menyamakan BTS dengan “virus” yang harus segera divaksin. Komentar tersebut tidak hanya menyakiti BTS, tetapi juga melukai perasaan para penggemarnya yang merasa diserang secara kolektif. Situasi seperti ini menunjukkan bahwa *hate speech* tidak hanya menyerang individu, melainkan dapat menasar seluruh komunitas dan identitas penggemar.



Gambar 1. 1 Tangkapan Layar Tweet Pop Base

Ujaran kebencian lainnya yang didapatkan oleh para anggota Boy Band Korea atau bisa dibilang bahwa hampir seluruh member BTS pernah mendapatkan hal itu. Banyak juga yang memberikan tindakan negatif dengan memberikan beberapa issue negatif pada setiap anggota member. Berikut ini komentar yang meremehkan dengan narasi seperti “Fans plastic korea banci joget-joget tiang BTS mending diem aja” atau “Suga kayak banci BTS operasi plastic”



Gambar 1. 2 Tangkapan Layar Tweet Pembenci BTS

Berdasarkan Gambar 1.2 merupakan contoh kasus perilaku *haters* dalam memberikan ujaran kebencian (*hate speech*) dan menghina BTS dengan kata-kata yang merendahkan anggota BTS. Jika meninjau dari penggunaan kalimat ekspresi yang merendahkan serta menyerang fisik individu maupun kelompok serta perilaku yang menghina tampilan dan gender BTS. Meski hal tersebut tidak semua mencerminkan komunitas ARMY, postingan perilaku ini sering kali menjadi sorotan

publik. Banyak reaksi yang akan timbul bagi seorang fans ketika melihat ujaran kalimat tersebut yang terkesan menjelekkan idolanya. Selain itu melihat ujaran kebencian tidak hanya diterima oleh boyband tetapi kaum perempuan melainkan pada penggemar laki-laki, mereka terkena dampak *hate speech*, akibat menyukai K-pop. Aliran lagu K-pop dianggap tidak sesuai *genre* untuk laki-laki, hal ini dibuktikan pula oleh hasil temuan penelitian terdahulu dimana adanya stigma kepada fanboy dalam bentuk stigma karakter, yakni laki-laki feminim, banci, lebay, alay, norak dan fanatisme yang berlebihan bahkan menyimpang (Merriam et all., 2019).

Hate speech tentu memiliki dampak buruk itu secara individu maupun kelompok. Karena akan mempengaruhi kesehatan mental penggemar dan mental *boyband* yang akan menyebabkan kecemasan, *stress*, dan perasaan tidak aman di media sosial atau *real life*. Dampak lainnya yang akan muncul ialah secara komunitas akan mempengaruhi solidaritas fandom atau terciptanya perpecahan didalamnya. Korban mendapatkan lebih banyak emosi negatif dari pada emosi positif dari ujaran kebencian yang diterima. Selain itu, ujaran kebencian dapat menyebabkan ekpresi *stress* yang besar (Saha et al., 2019). Maka itu Ujaran kebencian atau *hate speech* adalah ujaran atau komentar yang melanggar norma hukum, bentuknya bisa berupa menghasut, menebarkan kebencian, diskriminasi, bahkan hingga permusuhan terhadap atribut tertentu dalam suatu kelompok misalnya saja ras, etnis, agama, disabilitas, usia, jenis kelamin, orientasi seksual atau identitas gender (Papcunová et al., 2021).

Sedangkan Persepsi dapat dipahami sebagai cara individu memandang dan memahami suatu objek atau situasi berdasarkan hasil pemikiran yang diproses melalui pengalaman inderawi, memori, serta aspek psikologis. Dengan kata lain, persepsi terbentuk dari respons terhadap rangsangan eksternal yang diterima melalui pancaindra dan dikelola oleh daya pikir serta emosi. Persepsi juga berfungsi sebagai salah satu sumber pengetahuan baru yang memungkinkan seseorang memperoleh pemahaman tentang dunia dan lingkungan di sekitarnya. (Nisa, Hasna, & Yarni, 2023). Jika dikaitan dengan fenomena yang terjadi maka setiap fandom BTS memiliki persepsi dalam memahami pandangan dari ujaran kebencian yang mereka lihat di X dan platform X menjadi wadah untuk mengutarakan pemahaman melalui

hasil daya pikir yang secara postif mereka dapatkan dan yakini melalui idolnya (BTS).

Media sosial, khususnya X, menjadi saluran utama muncul dan tersebarnya ujaran kebencian tersebut. Fitur Web 2.0 yang mendukung *User-Generated Content* (UGC) memungkinkan siapa pun untuk menyuarakan opini secara bebas. Namun, kebebasan ini tidak selalu digunakan secara bijak. Alih-alih menjadi ruang ekspresi yang sehat, X kerap menjadi medium bagi penyebaran ujaran kasar, sarkastik, hingga diskriminatif yang menargetkan kelompok tertentu, termasuk fandom.

Peneliti memandang bahwa kajian mengenai persepsi penggemar BTS (ARMY) terhadap ujaran kebencian di X merupakan hal yang relevan dan penting untuk dilakukan. Oleh karena itu, perlu dikaji bagaimana penggemar BTS (ARMY) memandang, merespons, serta memaknai ujaran kebencian tersebut, khususnya dalam konteks keterikatan emosional mereka terhadap idola dan solidaritas dalam komunitas penggemar. Setiap anggota dalam komunitas fandom tentu memiliki persepsi yang beragam terhadap fenomena *hate speech*, yang dipengaruhi oleh latar belakang pengalaman pribadi, tingkat keterlibatan dalam komunitas, serta cara mereka menyaring dan menanggapi informasi di ruang digital. Perbedaan persepsi ini menjadi aspek penting dalam memahami pola respons komunitas terhadap konflik daring, upaya menjaga solidaritas internal, serta dampaknya terhadap kesehatan mental individu.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengungkap bagaimana persepsi penggemar BTS mengenai ujaran kebencian di platform X, baik ditinjau dari dampak psikologis yang ditimbulkan, bentuk respons yang muncul, sikap terhadap ujaran kebencian atau ketahanan yang digunakan dalam menghadapi situasi melalui *haters* yang memberikan ujaran kebencian.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang pada uraian diatas, adapun permasalahan utama yang akan dibahas pada penelitian ini yaitu Persepsi ARMY (Penggemar BTS) Mengenai Ujaran Kebencian Terhadap Idola Di Platform X. Rumusan masalah tersebut dilakukan sebagai salah satu bentuk preventif agar ujaran kebencian tidak semakin meluas di kalangan masyarakat. Selain itu, sebagai pengguna media sosial harus bisa mengedepankan etika yang baik dalam berkomunikasi di ruang maya sehingga berbagai bentuk ujarannya selalu bersifat positif. Oleh karena itu, penelitian ini menekankan persepsi penggemar K-POP mengenai *hate speech* pada fandom BTS di X. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan deskripsi tentang perkembangan fenomena ujaran kebencian

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan juga rumusan masalah yang telah diuraikan, penulis menetapkan pertanyaan pada penelitian ini yaitu Bagaimana Persepsi ARMY (Penggemar BTS) Mengenai Ujaran Kebencian Terhadap Idola Di Platform X?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui dan menjelaskan bagaimana persepsi penggemar BTS mengenai ujaran kebencian di X.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa meningkatkan pengetahuan dalam penelitian budaya populer dan fandom, khususnya dalam hal penggemar K-pop berinteraksi di media sosial yang memiliki ciri khas tersendiri. Hal tersebut bisa menjadi acuan penting bagi akademisi yang tertarik dalam bidang studi fandom dan budaya digital.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan petunjuk praktis bagi pengguna platform media sosial atau komunitas online untuk mencegah dan mengatasi perilaku bullying online atau ujaran toxic yang ditujukan kepada fandom penggemar. Hal ini dapat melibatkan kebijakan pengelolaan konten,

kampanye penyuluhan, atau pemberian bantuan kesehatan mental kepada penggemar yang terpengaruh oleh komentar negatif.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Penelitian ini berperan penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap kebencian dan perilaku toxic di media sosial. Dengan mengidentifikasi berbagai macam kritik toxic yang biasa dihadapi oleh penggemar BTS. Masyarakat akan dapat lebih menyadari risiko mengenai perilaku mereka dan pengaruhnya terhadap hubungan sosial di media sosial.

1.5.4 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam mencari buku dan juga jurnal. Serta mencari informan yang diwawancarai, karena beberapa responden yang aktif dalam penelitian ini tentu sudut pandang yang berbeda dalam menanggapi berbagai bentuk ujaran kebencian akan idolanya di platform X.

