



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Komunikasi Digital
Risa Ariyani
44518010001

Interaksi Sosial saat *Fanwar* Di Media Sosial Twitter Pada Penggemar Super Junior
Bibliografi : x+ 117 Halaman + Lampiran + 6 Buku + 16 Jurnal + 3 Skripsi + 3 Internet

ABSTRAK

Adanya teknologi yang pesat saat ini dan masuknya *Korean wave* ditengah masyarakat menjadi salah satu faktor munculnya komunitas *K-pop* di media sosial, dengan banyaknya komunitas sedikit banyaknya akan mengalami kesalahpahaman yang berujung munculnya *fanwar*. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana interaksi *fanwar* di media sosial *twitter* pada penggemar Super Junior dalam memaknai simbol – simbol yang ada saat terjadinya sebuah *fanwar*.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori Interaksi Simbolik yang konsepnya merujuk pada sifat khas dari tindakan atau interaksi manusia, dan menjelaskan bahwa manusia saling menerjemahkan, mendefinisikan tindakannya, bukan hanya reaksi dari tindakan seseorang terhadap orang lain.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode studi kasus, menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pengumpulan data melalui proses wawancara mendalam dan menggunakan keabsahan data yaitu triangulasi.

Hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa interaksi yang ada masuk kedalam bentuk interaksi disosiatif yang memicu rasa amarah hingga mencaci satu sama lain dan menimbulkan pertentangan dari pihak ELF, dan hal yang memfaktori penggemar Super Junior ikut turut dalam sebuah *fanwar* yaitu pemaknaan pada mereka terhadap *tweet* tersebut, penggunaan simbol – simbol yaitu penggunaan bahasa kasar, sarkasme, *bullying* dan juga penggunaan emotikon atau gambar yang negatif. Proses berpikir pun sebagai jeda sebelum mengambil keputusan, ELF tidak hanya memikirkan respon apa yang diberikan tetapi juga respon apa yang akan mereka dapatkan nantinya.

Penggemar Super Junior pun mempunyai solidaritas terhadap *fandom* dengan cara ikut meluruskan info yang tidak benar ataupun perkataan buruk terhadap idol favorit mereka. Adanya *fanwar* dapat mereka ketahui melalui media sosial *twitter* secara langsung, dan adanya *fanwar* dapat mempengaruhi citra sebuah *fandom* dikalangan *fandom* lainnya.

Kata kunci: Interaksi Simbolik, *Twitter*, *Fanwar*, Media Sosial, *K-pop*



Mercu Buana University
Faculty of Communication Science
Departement Digital Communication
Risa Ariyani
44518010001

Social Interactions During Fanwar On Social Media Twitter for Super Junior Fans

Bibliografi : x+ 117 Page + attachment + 6 Books + 16 Journal + 3 Thesis + 3 Internet

ABSTRACT

The existence of technology that is rapid today and the entry of the Korean wave in the middle of society are one of the factors in the emergence of the K-pop community on social media, with many communities more or less will experience misunderstandings that lead to the emergence of fanwar. The purpose of this study is to find out how fanwar interaction on Twitter social media on Super Junior fans in interpreting symbols that exist when fanwar occurs.

In this study, researchers used the theory of Symbolic Interaction whose concept refers to the distinctive nature of human actions or interactions, and explains that human beings translate each other, defining their actions, not just the reaction of one's actions towards other.

The method used in this study is a skin research with a case study method, using the constructivism paradigm by collecting data through an in-depth interview process and using the validity of the data, namely triangulation.

The results of the research that has been done that the existing interactions are in the form of dissociative interactions that trigger feelings of anger to berate each other and cause opposition from the ELF, and the thing that factors Super Junior fans take part in a *fanwar* is their meaning of the *tweet*, the use of symbols, namely the use of harsh language, sarcasm, *bullying* and also the use of negative emoticons or images. The thought process is also a pause before making a decision, ELF does not only think about what response they will give but also what response they will get later.

Super Junior fans also have solidarity with *fandom* by helping to correct incorrect information or bad words towards their favorite idols. existence of a *fanwar* through Twitter social media directly, and the existence of a *fanwar* can affect the image of a *fandom* among *fandoms*.

Keywords : *Syimbolic Interaction, Twitter, Fanwar, Social Media, Kpop*