

**DINAMIKA FANWAR FANDOM KPOP BTS (ARMY) DAN BLACKPINK (BLINK) DI
INSTAGRAM @FYI.KOREA DAN @COPPAMAGZ (STUDI ETNOGRAFI VIRTUAL
DALAM RUMOR DATING V BTS DAN JENNIE BLACKPINK)**

***THE DYNAMICS OF THE FANWAR BETWEEN THE BTS (ARMY) AND BLACKPINK
(BLINK) FANDOMS ON INSTAGRAM @FYI.KOREA AND @COPPAMAGZ (A VIRTUAL
ETHNOGRAPHIC STUDY OF THE DATING RUMORS SURROUNDING V OF BTS AND
JENNIE OF BLACKPINK)***

Yovina Selin¹, Asfira Rachmad Rinata², Yuni Lasari³,

^{1,2,3} Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang
Korespondensi: asfira.rinata@unitri.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji fenomena perang penggemar antara fandom BTS (ARMY) dan fandom BLACKPINK (BLINK) di akun Instagram @fyi.korea (1 September 2022–6 Desember 2023) dan @coppamagz (29 Agustus 2022–6 Desember 2023), dengan fokus pada dinamika rumor kencan yang melibatkan V dari BTS dan Jennie dari BLACKPINK. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui analisis konten dan etnografi virtual, yang didasarkan pada Teori Rumor Allport dan Postman. Temuan menunjukkan bahwa respons penggemar sebagian besar didorong oleh emosi dan loyalitas, bukan fakta objektif. Melalui proses penyederhanaan, isu-isu kompleks disederhanakan menjadi pilihan biner, seperti apakah akan mempercayai atau menolak rumor tersebut. Pada tahap penguatan, penggemar menekankan informasi yang mendukung perspektif mereka. Selain itu, proses asimilasi menyebabkan informasi baru ditafsirkan sesuai dengan keyakinan yang sudah ada, sehingga memperkuat polarisasi. Rumor berfungsi sebagai proses sosio-emosional yang dipicu oleh tingkat perhatian yang tinggi dan ambiguitas informasi. Media sosial semakin mempercepat penyebaran rumor dan memperparah konflik karena kurangnya klarifikasi resmi.

Kata kunci: Idol, BTS, BLACKPINK, V BTS, Jennie Blackpink, Fanwar.

ABSTRACT

This study examines the phenomenon of fan wars between BTS fandom (ARMY) and BLACKPINK fandom (BLINK) on Instagram accounts @fyi.korea (September 1, 2022–December 6, 2023) and @coppamagz (August 29, 2022–December 6, 2023), focusing on the dynamics of dating rumors involving V of BTS and Jennie of BLACKPINK. This research employs a qualitative approach through content analysis and virtual ethnography, grounded in Allport and Postman's Rumor Theory. The findings indicate that fans' responses are predominantly driven by emotions and loyalty rather than objective facts. Through the leveling process, complex issues are simplified into binary choices, such as whether to believe or reject the rumors. At the sharpening stage, fans emphasize information that supports their perspectives. Furthermore, the assimilation process leads new information to be interpreted according to existing beliefs, thereby reinforcing polarization. Rumors function as socio-emotional processes triggered by high levels of attention and informational ambiguity. Social media further accelerates the spread of rumors and intensifies conflicts due to the lack of official clarification.

Keywords: Idol, BTS, BLACKPINK, V BTS, Jennie Blackpink, Fanwar.

PENDAHULUAN

Perkembangan globalisasi dan kemajuan teknologi informasi telah mendorong arus penyebaran budaya populer yang semakin cepat. Salah satu bentuk budaya populer yang mengalami peningkatan pesat adalah *Korean Wave (Hallyu)*, khususnya dalam industri musik Kpop Korea Selatan. Kehadiran grup idol seperti BTS dan BLACKPINK tidak hanya mendominasi industri musik internasional, tetapi juga membentuk komunitas penggemar global yang besar, terorganisir, dan aktif. Popularitas ini tidak terlepas dari peran fandom sebagai kekuatan utama dalam mendukung eksistensi dan keberlanjutan karier idol. Dalam Pratama (2021) *hallyu* menyebar luas di ruang digital, Sari & Nugroho (2022) menyebutkan bahwa komunitas fandom memiliki peran besar memperkuat kepopuleran Kpop, hal ini didukung juga dalam Lestari (2023) bahwa fans/fandom berperan aktif promosi idol di media sosial, yang menyebutkan fandom sebagai agen yang kolektif memberikan dukungan eksistensi idol hingga di tingkat global atau ranah internasional.

Fandom Kpop bukan hanya sekadar perkumpulan penggemar, namun mereka memiliki identitas, nilai, aturan serta pola komunikasi yang khas (Dewi & Kurniawan, 2022). Fandom ini menunjukkan loyalitas tinggi melalui berbagai aktivitas seperti streaming, voting, menghadiri konser, hingga pembelian album serta pembelaan idol di ruang digital, serta fandom memiliki pola komunikasi dan solidaritas penggemar.

Dalam Handayani (2023) yang menemukan bahwa loyalitas tinggi dapat berujung pada perilaku *defensif* di media sosial. Loyalitas tersebut juga dapat berkembang menjadi fanatisme yang memicu konflik antar penggemar, terutama pada isu sensitif yang dianggap mengancam citra idol. Seperti dalam penelitian Putra (2021) identitas kolektif fandom kpop berperan dalam membedakan "*ingroup*" dan "*outgroup*", yang dalam beberapa kasus dapat memicu konflik atau *fanwar* dengan fandom lain, terutama ketika terjadi perbedaan persepsi, persaingan popularitas, atau isu sensitif yang melibatkan idol mereka. Hal ini dipengaruhi oleh fanatisme, Saputra & Wibowo (2024) yang menunjukkan bahwa fanatisme berkontribusi terhadap munculnya konflik digital antar fandom.

Pada ruang digital, media sosial menjadi ruang utama bagi fandom untuk berinteraksi, baik antar penggemar maupun antar fandom. Platform seperti Instagram berfungsi sebagai wadah berbagi informasi dan opini, serta membentuk dinamika komunikasi fandom Kpop melalui fitur komentar, unggahan, dan *story* yang memungkinkan pengguna merespons isu yang sedang viral. Akun berbasis informasi Kpop seperti @fyi.korea dan @coppamagz juga berperan sebagai sumber utama penyebaran berita seputar Kpop, film, serta isu aktor dan aktris Korea Selatan, baik yang bersifat faktual maupun rumor. Hal ini didukung oleh penelitian Rahman (2021) yang menyoroti peran media sosial dalam membangun interaksi fandom digital, Pratiwi

dan Sembiring (2022) yang menjelaskan intensitas komunikasi melalui fitur interaktif Instagram, Nuraini (2023) yang menemukan bahwa akun informasi Kpop mempengaruhi persepsi penggemar, serta Hapsari dan Putri (2024) yang menunjukkan bahwa media sosial menjadi pusat penyebaran informasi sekaligus pemicu diskusi dan perdebatan dalam komunitas fandom.

Kecepatan penyebaran informasi tersebut sering kali tidak diimbangi dengan verifikasi kebenaran oleh penggemar Kpop, sehingga memicu konflik. Salah satu fenomena yang muncul adalah *fanwar*, yaitu konflik terbuka antar kelompok penggemar akibat perbedaan pendapat, persaingan popularitas, atau isu tertentu yang melibatkan idol. Fanwar tidak hanya berupa perdebatan, tetapi juga dapat berkembang menjadi serangan verbal, ujaran kebencian, hingga perang komentar yang masif. Hal ini menunjukkan bahwa ruang digital tidak selalu harmonis, melainkan juga menjadi arena pertarungan identitas dan kepentingan kelompok. Fenomena ini tampak pada konflik antara ARMY dan BLINK dalam menanggapi isu *dating* antara Kim Taehyung dari BTS dan Jennie Kim dari BLACKPINK yang memicu *fanwar* di media sosial. Dalam Wicaksono (2021) konflik digital fandom akibat dari hubungan intens penggemar dan loyalitas tinggi, Anggraini dan Putra (2022) yang menemukan bahwa penyebaran informasi tanpa verifikasi memicu perdebatan online, Maulana (2023) yang menyoroti agresivitas komunikasi dalam fanwar, yang cenderung bersifat konfrontatif, emosional, dan sering kali tidak terkontrol, hal ini karena mereka ingin menunjukkan identitas dan mendominasi di ruang digital (Puspitasari & Ramadhan, 2024), seperti yang terjadi dalam *fanwar* dalam rumor *dating* V BTS (Kim Taehyung) dan Jennie BLACKPINK (Jennie Kim), yang menjadi masalah dalam penelitian ini.

Isu yang menjadi pemicu *fanwar* dalam penelitian ini adalah rumor hubungan asmara (*dating*) antara V BTS (Kim Taehyung) dan Jennie BLACKPINK (Jennie Kim). Rumor ini kontroversial karena melibatkan idol dari grup besar dengan basis fandom kuat, yaitu BTS dan BLACKPINK. Kemunculannya memicu beragam reaksi, mulai dari dukungan, penolakan, hingga spekulasi luas di media sosial. Sebagian ARMY dan BLINK bersikap defensif terhadap idol masing-masing, sementara lainnya terlibat dalam perdebatan yang berujung konflik terbuka. Hal ini berhubungan dalam Hidayat (2021) bahwa peran isu sensitif yang memicu konflik antar fandom, dimana Hidayat (2022) menemukan rumor mempercepat polarisasi opini, dan Ananda (2023) yang menjelaskan meningkatnya intensitas interaksi negatif akibat isu personal idol seringkali menjadi pemicu yang memunculkan response penggemar.

Fenomena ini menarik karena mencerminkan kompleksitas komunikasi digital dalam komunitas fandom. Fanwar tidak hanya berupa pertentangan opini, tetapi juga berkaitan dengan konstruksi identitas sosial, loyalitas kelompok, dan dinamika kekuasaan di ruang virtual.

Interaksi di media sosial mengandung makna simbolik tentang bagaimana penggemar memaknai idol dan relasinya dengan fandom lain, sehingga media sosial menjadi ruang budaya yang terus memproduksi nilai dan identitas. Hal ini diperkuat oleh penelitian Prasetyo (2021) yang menyoroti identitas digital fandom, Maharani dan Putri (2022) yang mengkaji loyalitas kelompok dalam konflik online, serta Firmansyah (2024) yang menjelaskan relasi kuasa dalam interaksi digital antar komunitas.

Pendekatan etnografi virtual relevan untuk memahami fenomena terhadap rumor dating V BTS dan Jennie BLACKPINK secara mendalam, karena memungkinkan pengamatan perilaku, pola komunikasi, dan interaksi sosial di ruang online khususnya instagram @fyi.korea @coppamagz. Pendekatan ini membantu mengkaji penggunaan bahasa dalam *fanwar*, pembentukan narasi, serta negosiasi identitas di tengah konflik, sekaligus memahami konteks budaya digital yang melatarbelakanginya. Hal ini sejalan dengan penelitian Santoso (2022) yang menggunakan etnografi virtual untuk menganalisis komunitas digital, Widyaningrum (2023) yang menyoroti pola komunikasi online fandom, serta Ramadani dan Utami (2024) yang menjelaskan efektivitas etnografi virtual dalam mengkaji interaksi di media sosial.

Penelitian ini berfokus pada dinamika *fanwar* antara fandom BTS (ARMY) dan BLACKPINK (BLINK) di Instagram, pada kedua akun yakni @fyi.korea dan @coppamagz yang memiliki interaksi tinggi. Dengan menganalisis komentar dan unggahan terkait rumor dating V BTS dan Jennie BLACKPINK, penelitian ini mengidentifikasi pola komunikasi, bentuk konflik, dan makna yang dibangun masing-masing fandom. Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan oleh para peneliti dalam bagian latar belakang, berikut ini terdapat rumusan masalah:

1. Mengetahui proses dinamika adanya *fanwar* dari kedua fandom grup KPOP BTS (ARMY) dan BLACKPINK (BLINK) pada rumor *dating* V BTS dan Jennie BLACKPINK, di instagram @fyi.korea dan @Coppamagz.
2. Mengetahui bagaimana proses dan dampak dari dinamika *fanwar* yang dilakukan dari kedua fandom BTS (ARMY) VS BLACKPINK (BLINK), pada rumor *dating* V BTS dan Jennie BLACKPINK, di instagram @fyi.korea dan @Coppamagz.

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam era digital, media sosial menjadi ruang utama bagi fandom untuk berinteraksi, Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan lima (5) penelitian terdahulu sebagai referensi:

Penelitian pertama dilakukan oleh Witri Yulianti (2022) yang berjudul *Fenomena Fanwar di Kalangan Penggemar K-Pop pada Media Sosial Instagram*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan etnografi dan teori *filter bubble* dari Eli Pariser. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fanwar muncul akibat kejenuhan penggemar terhadap perilaku anti-fans, kebiasaan membandingkan idol, serta konflik antar multifandom. Selain itu,

fanwar juga dipicu oleh komentar provokatif dari akun palsu dan rendahnya sikap saling menghormati. Penelitian ini relevan karena menunjukkan bahwa fanwar merupakan bentuk konflik komunikasi digital yang dipengaruhi oleh paparan informasi dalam ruang media sosial yang terfragmentasi.

Penelitian kedua oleh Kusnul Fitria (2022) berjudul *Cyberspace sebagai Area Perang antara Fans versus Haters K-Pop di Instagram*. Dengan metode netnografi, penelitian ini menemukan bahwa fanwar terjadi melalui berbagai fitur Instagram seperti komentar, *direct message*, dan story. Interaksi yang muncul cenderung berupa agresi verbal (*flaming*), penggunaan bahasa kasar, serta praktik saling serang antar akun. Penelitian ini menegaskan bahwa media sosial menjadi ruang konflik terbuka yang memfasilitasi eskalasi pertentangan antar kelompok.

Penelitian ketiga oleh Rifa Rammah Chalifah (2022) berjudul *Fanwar Fandom K-Pop Secret Number* menggunakan pendekatan netnografi virtual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fandom sebagai komunitas virtual memiliki aturan tidak tertulis, namun tidak mampu sepenuhnya mengontrol perilaku anggotanya. Fanwar tetap terjadi karena adanya dorongan untuk membela identitas kelompok. Hal ini menunjukkan bahwa fanwar berkaitan erat dengan konstruksi identitas sosial dalam komunitas digital.

Penelitian keempat oleh Aisyah Zulhiafitri & Achmad Chusairi (2023) dalam studi *Literature Review Agresi Verbal yang Dipengaruhi oleh Fanatisme* menemukan bahwa fanatisme memiliki hubungan positif dengan agresi verbal. Penggemar dengan tingkat fanatisme tinggi cenderung lebih mudah melakukan serangan verbal terhadap pihak lain, baik terhadap fandom lain maupun figur publik yang dianggap mengancam idolanya. Penelitian ini memperkuat bahwa fanwar tidak terlepas dari faktor psikologis berupa fanatisme.

Penelitian kelima oleh Nurfaidah Ardis, Asniar Khumas, dan Muh. Nur Hidayat Nurdin (2023) berjudul *Fenomena Fanwar Remaja Perempuan Penggemar K-Pop di Media Sosial Terindikasi Akibat Perilaku Fanatik* menunjukkan bahwa agresi verbal dalam fanwar dipengaruhi oleh tingkat fanatisme serta jenis keterlibatan fandom (single fandom dan multifandom). Penggemar dengan loyalitas tinggi terhadap satu fandom cenderung lebih defensif dan agresif dibandingkan multifandom.

Berikut ini merupakan identifikasi hubungan antar variabel penelitian

a. Hubungan Penelitian Terdahulu Dengan Teori

Sintesis penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *fanwar* merupakan fenomena komunikasi digital yang dipengaruhi fanatisme, identitas fandom, paparan media sosial, interaksi verbal agresif, dan kurangnya kontrol dalam komunitas virtual. Namun, belum ada kajian spesifik mengenai peran rumor sebagai pemicu utama *fanwar*, khususnya

dalam konteks rumor hubungan idol V BTS dan Jennie BLACKPINK, yang menjadi kebaruan penelitian ini.

b. Landasan Teori

Teori rumor Gordon Allport dan Leo Postman menyatakan bahwa rumor berkembang melalui tiga proses *leveling* (penyederhanaan informasi), *sharpening* (penajaman atau pembesaran bagian tertentu), dan *assimilation* (penyesuaian dengan perspektif individu). Selain itu, kekuatan rumor dirumuskan dalam formula ($Rumor = Importance \times Ambiguity$) yaitu rumor akan cepat berkembang jika dianggap penting dan bersifat ambigu. Dalam penelitian ini, rumor hubungan V BTS dan Jennie BLACKPINK memiliki tingkat kepentingan dan ambiguitas tinggi, sehingga memicu penyebaran luas dan reaksi emosional dalam fandom.

c. Hubungan Teori Dan Variabel Penelitian

Teori rumor Gordon Allport dan Leo Postman menyatakan bahwa rumor berkembang melalui *leveling*, *sharpening*, dan *assimilation*, serta mengikuti rumus ($Rumor = Importance \times Ambiguity$), yaitu rumor cepat berkembang jika dianggap penting dan ambigu. Dalam penelitian ini, rumor hubungan V BTS dan Jennie BLACKPINK memiliki tingkat kepentingan dan ambiguitas tinggi sehingga memicu interaksi, penyebaran luas, dan reaksi emosional dalam fandom. Sejalan dengan itu, Yulianti (2022) dan Fitria (2022) menunjukkan bahwa informasi tidak terverifikasi dapat memicu konflik di media sosial. *Fanwar* dipahami sebagai konflik komunikasi digital akibat respons terhadap rumor, di mana asimilasi membentuk tafsir sesuai kepentingan fandom dan *sharpening* memperkuat narasi konflik Fitria (2022 dan Chalifah (2022). Fanatisme memperkuat *importance* sehingga rumor menjadi lebih signifikan (Zulhiafitri & Chusairi, 2023; Ardis dkk., 2023), sementara media sosial seperti Instagram mempercepat penyebaran rumor dan membentuk persepsi kolektif.

Berdasarkan hubungan masalah, penelitian dan Teori, kerangka konseptual penelitian ini menjelaskan bagaimana hubungan antara rumor, fanatisme fandom, media sosial serta bagaimana dinamika *fanwar* dalam komunikasi digital penggemar Kpop yakni *fanwar* antara BTS (ARMY) dan BLACKPINK (BLINK) di Instagram, yang diteliti sebagai akibat penyebaran rumor hubungan V BTS dan Jennie BLACKPINK yang mengacu pada teori Rumor Gordon Allport dan Leo Postman (1947). Dimana kedua ahli ini menjelaskan bahwa rumor berkembang karena *importance* dan *ambiguity*, serta melalui proses *leveling*, *sharpening*, dan *assimilation* yang menyebabkan informasi menjadi bias.

Fanatisme dan identitas fandom berperan memperkuat respons terhadap rumor. Zulhiafitri dan Chusairi (2023) mengaitkan fanatisme dengan agresi verbal, pada Ardis dkk.

(2023) menunjukkan fanatisme memicu konflik, sementara Yulianti (2022), Fitria (2022), dan Chalifah (2022) menegaskan peran Instagram sebagai arena konflik akibat provokasi, interaksi agresif, dan lemahnya kontrol sosial.

Penelitian lain seperti Salsabila (2024), Wulandari dkk. (2024), Putri dan Sukardani (2025), Yashfilhaz (2025), mendukung bahwa konflik fandom dipengaruhi loyalitas, identitas kolektif, perbedaan persepsi, dan cepatnya penyebaran informasi. Dengan demikian, rumor menjadi variabel pemicu, fanatisme sebagai penguat, dan media sosial sebagai konteks yang mempercepat konflik, sehingga menghasilkan dinamika *fanwar* berupa konflik komunikasi digital dan agresi verbal. Penelitian ini mengembangkan studi sebelumnya dengan menekankan Teori Rumor Allport dan Postman serta pendekatan etnografi virtual pada kasus rumor *dating* V BTS dan Jennie BLACPINK.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan etnografi virtual, dengan Instagram sebagai sumber utama data untuk mengkaji fenomena masyarakat modern di ruang digital. Menurut Iskandar & Indira (2023), pendekatan ini memadukan cara berpikir dengan teknologi, seiring meningkatnya penggunaan media sosial dan interaksi manusia secara online. Etnografi virtual mengkaji perilaku, makna, dan praktik sosial masyarakat dalam lingkungan siber melalui keterlibatan langsung di komunitas virtual (Kusumawati & Wicaksono, 2023). Dalam Iskandar & Irawati (2023) sebuah metode penelitian kualitatif yang digunakan untuk memahami interaksi dan budaya pengguna dalam ruang digital melalui observasi aktivitas di media sosial dan komunitas online. Melalui pendekatan ini dapat analisis sosial dengan perkembangan teknologi digital dalam memahami perilaku, makna, dan praktik sosial masyarakat di ruang siber, metode ini memungkinkan peneliti mengkaji secara mendalam interaksi serta budaya yang terbentuk di media sosial.

Objek penelitian adalah komentar pada akun Instagram @fyi.korea dan @coppamagz. Media sosial dipahami sebagai medium berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi informasi, serta membentuk hubungan sosial secara virtual (Dalimunthe dkk., 2024) dan (Rasyidin & Irwansyah, 2023). Dalam hal ini penggemar Kpop memanfaatkan akun @fyi.korea dan @coppamagz, menemukan informasi, saling berinteraksi, aktif berpartisipasi di ruang digital satu sama lain di kedua akun instagram. Kedua akun tersebut merupakan portal informasi budaya Korea yang juga menjadi ruang

interaksi, termasuk fandom ARMY dan BLINK dalam berkomunikasi serta memperoleh informasi terkait BTS dan BLACKPINK.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan analisis konten menurut Klaus Krippendorff (2004; 2013) yang terdiri dari enam tahap. Tahap pertama, *unitizing* yaitu menentukan unit analisis seperti teks, gambar, atau postingan yang relevan dengan fokus penelitian. Kedua *sampling*, yaitu memilih sampel data dari keseluruhan populasi berdasarkan kriteria tertentu agar representatif. Ketiga *recording*, yaitu mengubah data terpilih menjadi lebih terstruktur dengan memberi kode atau kategori sesuai konsep penelitian. Keempat, *reducing* yaitu menyaring dan memadatkan data dengan menghilangkan bagian yang tidak relevan agar analisis lebih fokus. Kelima, *inferring*, yaitu menarik makna, pola, dan tema dari data yang telah dikodekan untuk menjawab rumusan masalah. Keenam, *narrating*, yaitu menyajikan hasil analisis dalam bentuk narasi yang sistematis dan mudah dipahami.

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kualitatif menurut Miles dan Huberman (1994), yang mengelompokkan data menjadi tiga jenis. Pertama, data teks, berupa kata, frasa, dan kalimat dari partisipan, yang diperoleh melalui catatan lapangan (hasil observasi, interaksi, dan refleksi peneliti), dokumen seperti surat, email, laporan, jurnal pribadi, serta buku dan artikel sebagai sumber sekunder. Dalam pengumpulan data ini, peneliti juga menghimpun artikel, berita, jurnal, dan blog yang berkaitan dengan idol Kpop BTS dan BLACKPINK.

Kedua, data visual, berupa gambar, foto, dan video yang merepresentasikan fenomena yang diteliti. Data ini diambil dari konten terkait V BTS dan Jennie BLACKPINK yang mengandung unsur *fanwar*, termasuk tangkapan layar dari akun Instagram @fyi.korea dan @coppamagz. Ketiga, data tindakan, yaitu perilaku partisipan yang diamati secara langsung. Data ini diperoleh melalui observasi dengan pencatatan lapangan dan rekaman video, serta pengumpulan komentar dari penggemar yang mengandung unsur *fanwar*.

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini menganalisis 12 postingan dari akun Instagram @fyi.korea dan @coppamagz (masing-masing 6 postingan), dengan 10 komentar diambil dari setiap postingan. Data pada @fyi.korea mencakup periode 1 September 2022 hingga 6 Desember 2023, sedangkan @coppamagz dari 29 Agustus 2022 hingga 6 Desember 2023. Komentar

dianalisis berdasarkan sentimen (mengandung *fanwar* atau tidak) serta jumlah like. Menurut Zhang, S. (2021), semakin tinggi jumlah like, semakin tinggi pula persepsi kredibilitas dan pengaruh sosial komentar. Ia mengklasifikasikan komentar menjadi komentar populer (banyak like, bernada dukungan/apresiasi/humor), informatif (like sedang, menambah konteks), kontroversial (like tinggi, memicu kontra), dan terabaikan (like rendah, jarang ditanggapi). Dengan total komentar yang dianalisis berjumlah 120.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 8 pokok sentimen komentar yang paling menonjol dari 120 komentar, dalam rumor *dating* V BTS dan Jennie BLACKPINK. Sentimen komentar tersebut sebagai berikut:

1. Banyak Fans Membenarkan Rumor *Dating* Dan Beberapa Fans Membantah
2. Banyak Fans Mendukung *Dating* Dan Beberapa Fans Tidak Mendukung
3. Fans Marah Dan Jengkel Karena Privasi Idol Disebarluaskan Oleh Pihak Yang Diduga *Hacker*
4. Fans Marah Terhadap Media Yang Terus-Menerus Mengangkat Rumor *Dating* Sedangkan Idol Tidak Memberikan Klarifikasi
5. Banyak Fans Mengharapkan Klarifikasi Dari Agensi
6. Banyak Fans Marah Kepada Sesama Fans Yang Membahas Rumor *Dating*, Dianggap Terlalu Mencampuri Privasi Idol
7. Banyak Komentar Positif, Namun Disertai Sindiran Atau Sarkasme
8. Ketika Muncul Rumor Putus, Banyak Fans Membantah, Mempercayai Dan Mempertanyakan Kebenaran Rumor.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis delapan sentimen komentar yang paling menonjol tersebut, berikut ini merupakan pembahasan 8 sentimen komentar fans fans tersebut, dengan menggunakan Teori Rumor allport dan postman, berdasarkan tiga pengelompokan penyebaran rumor yaitu *leveling*, *sharpening* dan *assimilation*:

1. Banyak Fans Membenarkan *Dating* Dan Beberapa Fans Membantah

Melalui proses *leveling*, fans yang membenarkan rumor menyederhanakan validasi fakta hanya dengan mengandalkan visual, ciri fisik, dan interpretasi pribadi atas gambar atau video. Sementara fans yang menolak rumor menyederhanakan alasan penolakan pada elemen terbatas seperti perbedaan fisik, ketiadaan klarifikasi resmi,

atau asumsi pribadi. Dalam proses ini, keduanya mengabaikan banyak detail kompleks yang bisa mendukung atau menyangkal rumor secara lebih objektif. Pada komentar komentar terkait, fans yang membenarkan dan menolak rumor menunjukkan pola ini, menyederhanakan sumber informasi yang kompleks (foto dan detail seperti aksesoris yang mirip dipakai oleh V dan Jennie, pernyataan tidak resmi, spekulasi netizen) menjadi dua posisi utama percaya atau tidak percaya, yang mana dalam Vebryto & Irwansyah (2020) bahwa proses ini, fandom mengabaikan banyak detail kompleks yang memungkinkan mendukung atau menyangkal rumor secara lebih objektif.

Pada tahap *sharpening*, fans yang membenarkan rumor menunjukkan dengan menyoroti momen spesifik yang “mendukung” rumor, seperti interaksi di belakang panggung atau aksesoris kembar, sambil mengabaikan konteks lain. Detail yang mendukung ditekankan, sedangkan klarifikasi atau keraguan diabaikan. Proses *sharpening* terlihat ketika fans memperbesar makna dari detail kecil kalung, ekspresi wajah, posisi tubuh, atau kehadiran manajer untuk menguatkan keyakinan bahwa rumor dating itu benar. Elemen yang mendukung dipilih dan diulang dengan bahasa penegas seperti “*jelas banget*”, “*pasti*”, atau “*baru benar*”. Pola kecil dianggap bukti besar, dan reaksi agensi yang ambigu dipandang sebagai konfirmasi tak langsung. Dalam dinamika komentar ini fans yang mendukung memperbesar makna detail visual sambil mengabaikan klarifikasi, sedangkan fans yang membantah tetap minoritas. Hal ini sejalan dengan Ceccarani, dkk (2023) yang menunjukkan bahwa meskipun topik relevan secara pribadi, kerentanan terhadap misinformasi tetap ada karena isu penting dapat diabaikan secara kognitif.

Sedangkan pada asimilasi fans yang mendukung rumor dating menafsirkan interaksi biasa sebagai “*bukti cinta*”, seperti kalung couple, gandengan tangan, manajer yang sama, anjing mirip, atau senyum idol yang dianggap “*izin dating*”. Klaim verifikasi ahli dan anggapan bahwa “*semakin banyak yang menyangkal, semakin banyak bukti muncul*” memperkuat keyakinan, sementara yang tidak percaya dicap “*kaum denial*” atau “*tidak tahu soal editing*”. Ini menunjukkan rumor berkembang bukan hanya karena fakta, tetapi juga kebutuhan emosional dan ambiguitas yang membuka banyak tafsir. Sebaliknya, fans yang membantah bersikap skeptis dan logis, menolak kesimpulan tanpa klarifikasi resmi serta menguji keaslian bukti visual. Sebagian menggunakan analisis foto dengan membandingkan citra pada basis data untuk melacak sumber atau manipulasi gambar, yang menurut Tesso dkk (2023) penting dalam mengungkap hoax atau kebenaran (*reverse image search* membantu identifikasi sumber atau manipulasi

gambar). Namun dalam komentar ini, fans hanya berfokus pada asumsi pribadi yang mereka percayai dibandingkan fakta.

2. Banyak *Fans* Mendukung Dating Dan Beberapa *Fans* Tidak Mendukung

Proses *leveling* menunjukkan sikap fans terhadap rumor, yakni mendukung atau menolak isu *dating*. Reaksi fans disederhanakan menjadi posisi pro dan kontra, tanpa mempertimbangkan perasaan idol atau konfirmasi resmi. Komentar pendukung mereduksi rumor menjadi ekspresi emosi, harapan, dan dukungan pribadi, sehingga validasi fakta tidak menjadi fokus utama. *Leveling* membuat rumor terasa ringan, relatable, dan cepat menyebar sebagai bentuk "*dukungan fans*", bukan sebagai peristiwa faktual yang perlu dibuktikan (Azzahra & Muhammad, 2025). Sementara itu, komentar yang menolak juga mengalami *leveling*, menyederhanakan rumor menjadi penolakan emosional dan opini pribadi. Penolakan lebih didasarkan pada keyakinan dan preferensi fans daripada verifikasi informasi. Akibatnya, baik pendukung maupun penolak sama-sama mereduksi kompleksitas isu menjadi sikap emosional sederhana, memperkuat perbedaan persepsi dan mempermudah penyebaran rumor di kalangan fandom.

Sharpening narasi bahwa "*mayoritas fans mendukung*" bisa menjadi bentuk penyederhanaan yang memperkuat opini kelompok, walau kenyataannya mungkin lebih kompleks dan terbagi. Reaksi fans yang menolak cenderung dipinggirkan atau tidak diangkat oleh media atau postingan fans yang pro. Pada komentar fans dimana banyak fans mendukung dating dan beberapa fans tidak mendukung. *Sharpening* pada tahap ini, dimana yang mendukung dating bahwa fans berkomentar bahwa idol juga manusia yang berhak bahagia, fans mengaitkan rumor dan nilai pribadi tentang kebebasan dan cinta bagi idol. Sedangkan fans asimilasi yang tidak mendukung meresponsnya secara negatif, emosional serta menyerang personal. Komentar kebencian/serangan personal tidak fokus rumor dan penerimaan emosional secara eksplisit (Musriana, dkk, 2024).

Asimilasi fans yang mendukung menegaskan bahwa idol juga manusia yang berhak bahagia. Mereka mengaitkan rumor dengan nilai kebebasan dan cinta, serta tidak terjebak pada benar atau salah, melainkan bersikap menerima, suportif, dan dewasa terhadap kehidupan pribadi idol. Dalam kerangka teori Allport dan Postman, mereka tetap terdampak oleh pentingnya isu dan ambiguitas, tetapi responsnya membentuk komunitas dukungan, bukan konflik. Teori Rumor Allport dan Postman juga menjelaskan bahwa rumor dapat memecah fans ke dalam kubu emosional mendukung, menolak, dan netral bukan sekadar percaya atau tidak percaya. Dalam komentar, sebagian fans mendukung isu *dating*, sementara lainnya menolak, hal ini berkaitan dalam Adhiorso

dkk (2017) menyatakan bahwa individu sangat terpengaruh oleh pesan media karena media dianggap kuat dalam membentuk opini masyarakat.

3. Fans Marah Dan Jengkel Karena Privasi Idol Disebarluaskan Oleh Pihak Yang Diduga Hacker

Komentar fans menunjukkan bahwa dalam penyebaran rumor dating Jennie dan Taehyung terjadi leveling, di mana isu kompleks seperti privasi, kebenaran hubungan, dan penyebaran konten disederhanakan menjadi bentuk empati dan dukungan. Fans mendukung hubungan mereka dengan prinsip "*biarkan saja*", tetapi menolak penyebaran rumor yang melanggar privasi. *Leveling* juga membuat diskusi lebih fokus pada aspek moral daripada fakta, sehingga sikap emosional dan solidaritas terhadap idol lebih menonjol. *Leveling* memperlihatkan bagaimana isu direduksi menjadi posisi moral sederhana "*mereka boleh pacaran, tapi jangan langgar privasi*". Hal ini menunjukkan bahwa dukungan terhadap idol tidak hanya soal hubungan asmara, tetapi juga penghormatan terhadap batas pribadi, terutama ketika privasi idol disebarluaskan oleh pihak yang diduga *hacker*. Sikap ini menekankan pentingnya etika dalam fandom dan menunjukkan bahwa fans tidak hanya peduli pada rumor itu sendiri, tetapi juga dampaknya terhadap kehidupan pribadi idol (Mahendra & Jaya, 2024).

Sharpening pada komentar ini fans fokus narasi beralih ke isu pelanggaran privasi, namun banyak fans hanya menyoroti dugaan hacker tanpa mempertimbangkan sumber lain dari media. Hal ini memudahkan fans menyederhanakan penyebab bukan idol yang salah, melainkan *hacker* atau media. Proses *sharpening* terlihat saat fans menekankan pelanggaran privasi, penderitaan idol, dan kemarahan terhadap penyebar konten pribadi. Komentar memperbesar kesan bahwa situasi ini bukan sekadar rumor, melainkan pelanggaran serius yang memerlukan tindakan hukum. Fans menyampaikan empati dan kemarahan dengan menonjolkan aspek paling emosional dan sensitif. Ciri *sharpening* dalam data ini terlihat dari pergeseran fokus dari gosip ke privasi dan keamanan pribadi, penggunaan bahasa emosional serta *pengulangan kata seperti* "*kasihan*", "*privasi*", "*diumbar*", "*ga ketolong*", "*parah*", dan penekanan pada permintaan tindakan hukum atau peran agensi. Hal ini juga menyoroti besarnya tekanan atau kerugian yang dialami idol. Nilai komunikasi etis tercermin melalui "*empati*" sebagai kesadaran sosial dalam menjaga privasi, tanggung jawab sosial, dan perhatian terhadap privasi orang lain (Putra & Fauzan, 2020).

Asimilasi komentar fans disini, fans menempatkan idol sebagai "*korban*", sehingga rumor dipersepsikan sebagai akibat pelanggaran privasi tanpa mempertimbangkan kemungkinan adanya hubungan. Rumor berkembang bukan hanya

karena ketidakjelasan relasi antar idol, tetapi juga karena asal informasi yang diduga berasal dari pelanggaran privasi (misalnya hacking). Fans marah karena privasi idol disebarluaskan oleh pihak yang diduga hacker dan menunjukkan kepedulian besar terhadap integritas pribadi idol, bahkan melebihi isi rumor itu sendiri. Sebagian penggemar kpop juga mencari klarifikasi saat menghadapi hoax atau berita negatif sebagai upaya menjaga integritas informasi dan nilai sebelum bereaksi (Amri, 2020).

4. Fans Marah Terhadap Media Yang Terus-Menerus Mengangkat Rumor *Dating* Sedangkan Idol Tidak Memberikan Klarifikasi.

Berdasarkan teori leveling, komentar fans menunjukkan bahwa menghadapi rumor *dating* yang tidak diklasifikasi idol, fans menyederhanakan dinamika menjadi isu etika media. Masalah kompleks seperti identitas dalam foto, konteks hubungan, atau reaksi idol dipangkas menjadi satu narasi yang mana media terlalu ikut campur dan memanfaatkan rumor demi atensi. Fans tidak lagi memperdebatkan siapa yang benar, melainkan menilai bahwa tanpa klarifikasi, media tidak seharusnya terus mengangkat isu ini. *Leveling* membuat diskusi lebih fokus pada moral dan etika media, bukan kebenaran dari rumor itu sendiri. *Leveling* ini memperkuat kemarahan, sinisme, dan kelelahan publik terhadap cara media mengelola rumor, serta menegaskan fokus fans pada etika penyebaran informasi daripada fakta. Sikap ini menunjukkan bagaimana fans secara kolektif menilai perilaku media, memperkuat solidaritas antar fans, dan membentuk narasi kritik terhadap praktik pemberitaan yang dianggap tidak etis (Yasmin & Zuriah, 2024).

Sharpening menunjukkan bahwa media dianggap sebagai "*pihak tunggal*" yang memperbesar masalah. Fans memperbesar ketidakprofesionalan media, mempertajam kritik terhadap validitas berita, dan menegaskan bahwa hanya klarifikasi resmi dari agensi atau idol yang sah dijadikan rujukan. Ciri *sharpening* terlihat saat media diposisikan sebagai sumber gosip, idol digambarkan sebagai pribadi privat yang tidak mungkin terlibat rumor, dan frustrasi fans diperjelas melalui sindiran, hiperbola, serta sarkasme. Standar kepercayaan ditegaskan dengan komentar seperti "*kalau bukan dari agensi, tidak valid*". Komentar fans yang marah terhadap media yang terus mengangkat rumor, padahal idol belum mengklarifikasi, memperkuat pola ini. Hal ini sejalan dengan Handayani (2018) yang menyebut media online sebagai agen simulakra, di mana hyperrealism dan hiperbola digunakan untuk menarik perhatian publik dan keuntungan ekonomi, sehingga realita yang belum tentu valid disajikan menjadi berita heboh dan viral.

Pada asimilasi ini memandang media sebagai musuh yang ingin menjatuhkan idol, sementara kemungkinan bahwa media hanya melaporkan isu viral diabaikan. Fans menolak pemberitaan yang tidak terkonfirmasi, menganggap media tidak netral, sensasional, dan oportunis, serta meminta klarifikasi langsung dari sumber resmi (agensi/artis). Reaksi emosional yang muncul berupa marah, frustrasi, dan sinis, disertai upaya menjaga akurasi informasi di dalam fandom. Bagi mereka, media bukan lagi sumber terpercaya, melainkan pihak yang memperkeruh suasana, memperbesar rumor tanpa bukti, dan menjadikannya komoditas demi klik. Fans juga marah karena media terus mengangkat rumor *dating* tanpa klarifikasi dari idol. Hal ini sejalan dengan temuan Budiati & Andi (2023) bahwa media Korea seperti Dispatch dapat memperkuat rumor atau skandal idola Kpop dan memicu konflik internal di antara penggemar (disonansi kognitif).

5. Banyak Fans Mengharapkan Klarifikasi Dari Agensi

Dalam proses *leveling*, harapan fans diringkas menjadi tuntutan klarifikasi. Banyak fans mengharapkan agensi kedua idol (*Bighit* dan *YG Entertainment*) memberikan klarifikasi terkait rumor yang tersebar di media sosial. Fokus fans tidak lagi pada kebenaran rumor itu sendiri, melainkan pada tindakan agensi sebagai bentuk respons resmi. *Leveling* menyederhanakan berbagai harapan dan opini fans yang beragam menjadi narasi tunggal: agensi harus bersikap, sehingga semua perdebatan diarahkan pada ekspektasi terhadap klarifikasi. Dampaknya, muncul perselisihan antar fans. Sebagian menuntut agensi segera memberikan klarifikasi, sementara yang lain berpendapat keputusan klarifikasi sepenuhnya merupakan hak agensi. Konflik ini muncul karena fans memiliki standar berbeda tentang bagaimana agensi seharusnya menanggapi rumor, dan sebagian mulai menyerang fans lain yang dianggap terlalu menuntut atau terlalu mudah percaya pada rumor. Perbedaan pandangan ini memperlihatkan bagaimana *leveling* mengubah dinamika fandom, dari diskusi fakta menjadi pertentangan moral dan ekspektasi terhadap pihak ketiga (Amri, 2020).

Dalam konteks komentar para fans di atas, *sharpening* terlihat jelas dalam cara mereka menyoroti diamnya agensi sebagai penyebab utama berkembangnya rumor dan *fanwar*. Dengan kata lain, proses *sharpening* membuat satu elemen spesifik *ketiadaan klarifikasi* menjadi pusat perhatian, sementara aspek lain dari rumor diabaikan. Hal ini mendorong penyebaran rumor lebih jauh karena narasi yang disorot terus diperkuat oleh komunitas secara emosional dan selektif. Banyak fans mengharapkan klarifikasi dari agensi. Dalam konteks komentar para fans di atas, *sharpening* terlihat jelas dalam cara mereka menyoroti diamnya agensi sebagai penyebab utama berkembangnya rumor

dan *fanwar*. Dengan kata lain, proses *sharpening* membuat satu elemen spesifik "*ketiadaan klarifikasi*" menjadi pusat perhatian, sementara aspek lain dari rumor diabaikan. Persepsi terhadap berita hoax di media sosial, bagaimana tanggapan fans, motif & pola penyebaran, menyebut pengguna memiliki berbagai motif penyebaran yang menunjukkan variasi tanggapan ataupun beropini (Nuraini, 2022).

Pada komentar ini fans mengasimilasikan bahwa diamnya agensi berarti menyembunyikan sesuatu, sehingga keheningan ditafsirkan sesuai harapan atau ketakutan masing-masing. Semakin lama agensi tidak memberikan pernyataan resmi, semakin liar rumor berkembang dan semakin besar konflik antar fans. Banyak penggemar bahkan menuntut klarifikasi langsung melalui akun resmi, menunjukkan bahwa mereka menilai agensi tidak hanya bertanggung jawab pada artis, tetapi juga pada ketenangan dan stabilitas komunitas fandom. Hal ini sejalan dengan Ardis, Dkk. (2023) yang menyatakan bahwa konstruksi berita dan respons netizen berpengaruh signifikan terhadap penyebaran hoaks di media daring yang tanpa klarifikasi, respons yang masif dapat memperluas hoaks dan opini liar.

6. Banyak Fans Marah Kepada Sesama Fans Membahas Rumor Dating, Yang Dianggap Terlalu Mencampuri Privasi Idol

Dalam kasus fans yang marah terhadap sesama fans yang membahas rumor *dating*, proses *leveling* terlihat ketika sebagian fans mengurangi pentingnya isu tersebut, mengabaikan detail yang kontroversial, dan mendorong sikap tidak mencampuri urusan pribadi sang idol. Pada komentar dimana banyak fans marah kepada sesama fans yang membahas rumor dating, dianggap terlalu mencampuri privasi idol. Dalam kasus fans yang marah terhadap sesama fans yang membahas rumor *dating*, proses *leveling* terlihat ketika sebagian fans mengurangi pentingnya isu tersebut, mengabaikan detail yang kontroversial dan mendorong sikap tidak mencampuri urusan pribadi sang idol. Dalam Fitria (2022) fandom/fans dapat bertransformasi dari sekadar "*penggemar*" menjadi bentuk aktivis sosial digital yang memanfaatkan platform media sosial, dimana cara untuk menunjukkan bahwa mereka peduli terhadap masalah sosial yang terjadi.

Sharpening pada komentar ini terjadi ketika fans menyederhanakan perbedaan pendapat sebagai "*toxic*", "*bucin*", atau "*sok tahu*" tanpa memahami alasannya. Proses ini tampak saat mereka menegaskan batas antara fan dan kehidupan pribadi idol serta mengkritik yang dianggap melampaui batas. Fans menekankan bahwa privasi idol harus dihormati dan menilai reaksi berlebihan sebagai tidak rasional, kekanak-kanakan, dan tidak bijak. Sikap ini memperjelas posisi moral, membedakan fandom sehat dari yang berlebihan, serta mendominasi diskusi dan memperkuat polarisasi antar fans. Banyak

fans juga marah pada sesama fans yang membahas rumor *dating* karena dianggap mencampuri privasi idol. *Sharpening* terlihat saat mereka menegaskan batas tersebut dan mengkritik fanatisme serta perilaku konsumtif berlebihan, hal ini sama yang terdapat dalam As'adi, (2020), menegaskan bahwa reaksi berlebihan tidak rasional dan tidak bijak, sehingga narasi ini semakin dominan dan memperkuat polarisasi.

Pada asimilasi fans yang ingin menjaga image idol membuat mereka menafsirkan setiap situasi sesuai narasi bahwa fans lain merusak reputasi idol. Mereka memproyeksikan sikap pribadi terhadap privasi idol sebagai kebenaran mutlak, sehingga banyak fans marah kepada sesama fans yang membahas rumor *dating* karena dianggap terlalu mencampuri kehidupan pribadi idol. Sikap ini mencerminkan keinginan penggemar untuk melindungi citra idol dan mengontrol narasi dalam komunitas fandom. Menurut Salsabila (2024), perilaku komentar atau pertikaian antar-fans (fanwar) di media sosial dapat mempengaruhi penilaian terhadap fandom dan bahkan reputasi idola itu sendiri, menunjukkan bahwa interaksi penggemar, baik positif maupun negatif, secara langsung berdampak pada citra dan persepsi publik terhadap idol.

7. Banyak Komentar Positif, Namun Disertai Sindiran Atau Sarkasme

Dalam kasus fans yang marah terhadap sesama fans yang membahas rumor *dating*, proses *leveling* terlihat ketika sebagian fans mengurangi pentingnya isu tersebut, mengabaikan detail yang kontroversial, dan mendorong sikap tidak mencampuri urusan pribadi sang idol. Banyak komentar positif, namun disertai sindiran atau sarkasme. Tahap dalam *leveling* dalam respon komentar fans tersebut fokus fans disederhanakan bukan lagi pusat pada rumor namun, saling mengomentari komentar fans lainnya diantaranya komentar positif yang disertai sindiran maupun sarkasan terhadap opini/pendapat fans yang lainnya. Dalam Letwori & Lambok (2023) komentar fans saling mengejek, menyindir, menyerang fandom/idola lain melalui akun kosong atau anonim dalam kpop untuk menunjukkan kehebatan mereka kepada fans lainnya, tindakan ini sebagai bentuk kekuasaan dan tidak segan menyerang fansnya, yang dianggap mengganggu idol mereka, sebagai bentuk kepedulian fans ke idol, yang akhirnya tidak gentar mengomentari sarkasan dan sindiran ke fans lainnya (*haters*).

Sharpening pesan moral "*ayo respek idol*" sering dikemas dengan cara yang menyudutkan fans lain, membuatnya tampak seperti hanya ada satu cara benar mencintai idol. Sarkasme memperkuat posisi kelompok dan menekan opini lain. Dalam data ini, proses *sharpening* terjadi ketika komentar positif tentang idol (misalnya, mendukung hubungan asmara mereka) diperkuat dengan sindiran, sarkasme, bahkan ejekan kepada sesama fans yang tidak setuju atau terlalu fanatik. Dengan memperbesar

kontras antara fans bijak dan kaum denial, komentar-komentar ini memperkuat opini yang dominan terdiri dari idol berhak bahagia dan *fans* harus tahu batasnya. Penyampaian yang emosional, lucu, atau pedas membuat detail sindiran lebih tajam dan mudah menyebar memperkuat dinamika rumor dan konflik dalam komunitas. Proses *sharpening* terjadi ketika komentar positif tentang idol (misalnya, mendukung hubungan asmara mereka) diperkuat dengan sindiran, sarkasme, bahkan ejekan kepada sesama fans yang tidak setuju atau terlalu fanatik. Seperti dalam Ariyani dkk (2024) *fans* menuliskan komentar serta konten, simbol simbol sebagai identitas sebagai kebanggaan dan ejekan kepada fans lain.

Komentar positif yang disertai sindiran menunjukkan bahwa rumor kencan idola (V dan Jennie) diasimilasi ke norma penggemar tentang perilaku ideal. Beberapa fans menolak rumor karena bukti dianggap editan, sementara yang lain mendukung kebahagiaan idol dengan komentar seperti "*jadilah fans yang bijak dan waras,*" "*biar idol kalian bahagia,*" "*gue sebagai fans bakal ikut bahagia,*" "*urusan pribadi gak berhak ikut campur,*" dan "*masalah pacaran itu privasi idol.*" Penggemar menuntut rasionalitas, terlihat dari "*kaum denial, terima aja apa susahny sih*" dan "*denialnya itu gk masuk akal bngt.*" Asimilasi rumor ini membagi fans menjadi yang menganggap rumor ancaman dan yang bersikap suportif, sejalan dengan Rahadi (2017) bahwa reaksi hoaks lebih dipengaruhi oleh konformitas sosial daripada pemikiran kritis.

8. Ketika Muncul Rumor Putus, Banyak Fans Membantah, Mempercayai Dan Mempertanyakan Kebenaran Rumor

Leveling membuat rumor yang kompleks disederhanakan menjadi "*hoaks*" atau "*benar sejak awal*", sekaligus memicu perdebatan soal kebenarannya. Dalam merespons rumor putus, fans menyederhanakan informasi, mengabaikan kronologi, dan memotong konteks untuk meneguhkan keyakinan pribadi. Mereka menonjolkan detail yang mendukung dan menghapus bagian yang dianggap meragukan, sehingga pemahaman menjadi parsial (tertantu) dan bias. Saat rumor putus muncul, fans saling membantah, percaya, dan mempertanyakan kebenarannya berdasarkan sudut pandang masing-masing. Kompleksitas isu direduksi menjadi kesimpulan sederhana yang mudah diterima dan dibagikan, dimana proses ini menunjukkan terbentuknya realitas subjektif terhadap hoaks sebagai keyakinan pribadi Rizki (2022) dan berkaitan dengan cara individu mempercayai serta menindaklanjuti rumor di ruang digital yang pada akhirnya memperkuat perdebatan di antara fans (Maryati, 2018). Saat rumor putus muncul, banyak fans menyangkal hubungan itu pernah ada, sementara sebagian tetap percaya.

Sharpening menyederhanakan komentar menjadi “itu hoax sejak awal” atau “mereka hanya teman”, dan yang masih percaya disebut “halu”, sehingga ruang tafsir menyempit. Konflik dan polaritas menguat karena masing-masing hanya menyoroti informasi yang mendukung pendapatnya, disertai sikap ekstrem seperti “saya dari dulu gak percaya” vs “jelas banget mereka pacaran”, sindiran, dan “aku sudah bilang dari awal”, sehingga fokus bergeser dari hubungan idol ke siapa yang “benar”.

Banyak fans juga menyoroti diamnya agensi sebagai penyebab rumor berkembang, menjadikan ketiadaan klarifikasi sebagai pusat perhatian dan mengabaikan aspek lain. Saat rumor putus muncul, fans saling membantah, percaya, dan mempertanyakan kebenaran, sementara *sharpening* memperkuat konflik karena pengguna cenderung menerima informasi yang sesuai pandangannya. Menurut Wulandari dkk (2023), perilaku ini dipengaruhi *filter bubble* dan *echo chamber* yang membuat pengguna hanya terpapar informasi yang menguatkan keyakinan mereka.

Ketika muncul rumor putus, *assimilation* banyak fans membantah, mempercayai, atau mempertanyakan kebenarannya. Kelompok yang menolak hubungan awal melihatnya sebagai bukti bahwa rumor kengan sebelumnya tidak benar, sedangkan yang percaya berdasarkan opini fans sesuai dengan keyakinan pribadi dan lainnya menganggapnya bagian dari permainan media sehingga muncul rasa kasihan, empati, dan dukungan terhadap idol. Secara keseluruhan, rumor putus memperkuat keyakinan masing-masing kelompok, memperdalam perpecahan, memicu *fanwar*, dan mendorong penyebaran hoaks di media sosial. Hal ini sejalan dengan Anwar & Suryadi (2024), yang menunjukkan bahwa realitas virtual dapat memperkuat polarisasi jika tidak diimbangi regulasi diri, literasi digital, dan pemahaman algoritma, sehingga integritas sosial dan nasional pun berpotensi terancam.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI PENELITIAN

Berdasarkan penelitian dinamika *fanwar* fandom BTS (ARMY) dan BLACKPINK (BLINK) di Instagram @fyi.korea dan @coppamagz dalam rumor *dating* V BTS dan Jennie BLACKPINK, reaksi penggemar V dan Jennie terhadap rumor tersebut menunjukkan bahwa perasaan dan loyalitas sering kali lebih dominan daripada fakta itu sendiri. Melalui proses *leveling*, penggemar cenderung menyederhanakan persoalan yang rumit menjadi pilihan yang lebih sederhana percaya atau tidak, mendukung atau menolak. Menyebabkan perdebatan tidak lagi berfokus pada kebenaran rumor, melainkan bergeser menjadi persoalan moral, etika media, hingga tuntutan kepada agensi. Melalui proses *leveling*, penggemar menyederhanakan isu kompleks menjadi pilihan biner, percaya atau tidak rumor, mendukung atau menolak *dating* hingga pada

perdebatan bergeser dari kebenaran rumor ke isu moral, etika media, sarkasan/sindiran antar fans, dan tuntutan terhadap klarifikasi ke agensi.

Pada tahap *sharpening*, penggemar menonjolkan detail yang mendukung pandangan fans sendiri sambil mengabaikan informasi lain. Selanjutnya, proses *asimilasi* membuat setiap informasi baru ditafsirkan sesuai keyakinan masing-masing, karena tidak adanya klarifikasi dari awal *dating* rumor muncul di publik, hingga rumor putus kedua idol kembali beredar, yang pada akhirnya membentuk polarisasi antar kubu. Penelitian ini juga menemukan bahwa dalam konteks fandom, rumor berfungsi sebagai proses sosial dan emosional yang berkembang karena tingginya perhatian (*importance*) fans dan ketidakjelasan informasi (*ambiguity*) soal klarifikasi dari pihak agensi idol. Serta media sosial berperan mempercepat penyebaran rumor sekaligus memperbesar konflik, terutama akibat ketiadaan klarifikasi resmi dari agensi maupun idola, sehingga memicu dan memperkuat *fanwar*.

REFERENSI

- Amry. W.A. (2020). Kpop Fans Fanatism In Social Media Instagram. <https://Pcijournal.Org/Index.Php/Ijcss/Article/Download/21/15>
- Ananda, P. (2023). Interaksi negatif penggemar K-Pop di media sosial. *Jurnal Audience*, Vol. 6, No. 1, 55–68. <https://journal.uc.ac.id/index.php/JA/article/view/4156>
- Anggraini, R., & Putra, A. (2022). Penyebaran informasi tanpa verifikasi dan dampaknya terhadap konflik online. <https://journal.unpad.ac.id/jkom/article/view/41256>
- Anwar. S & Suryadi. I. (2024). Realitas Virtual Dan Polarisasi Agama: Menelaah Pengaruh Media Sosial Di Indonesia. <https://Journal.Staialmasthuriyah.Ac.Id/Index.Php/Albalagh/Article/View/5>. <https://Orcid.Org/0009-0007-7263-4722> Vol. 1 No. 1 (2024)
- Ardiharso, Utari & Yulius. (2017). Pemberitaan Hoax Di Media Online Ditinjau Dari Konstruksi Berita Dan Respon Netizen. Doi:10.31315/jik.V15i3.2173
- Ardis, Nurfaidah Dkk. (2023). *Fenomena Fanwar Remaja Perempuan Penggemar K-Pop Di Media Sosial Terindikasi Akibat Perilaku Fanatik*. Motiva : Jurnal Psikologi 2021, Vol4, No 1, 42-49. <http://Eprints.Unm.Ac.Id/32077/1/5447-12271-4-Pb.Pdf>. Diakses 4 Maret 2024.
- Azzahra & Muhammad (2025). Komunikasi Krisis Di Era Digital : Studi Kasus Penanganan Isu Misinformasi Pt Antam Oleh Public Relations Di Media Sosial. Doi: <https://Doi.Org/10.9963/H3xe8j77>. Doi: <https://Doi.Org/10.9963/H3xe8j77>. Vol. 11 No. 3 (2025): Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial

- Budiati & Andi. (2023). Disonansi Kognitif Kpopers Indonesia Terkait Cancel Culture Sebagai Dampak Dari Media Korea "Dispatch" (Studi Pada Penggemar Seungri Di Twitter).
- Ceccarani, Pasquale, Ilaria Dkk. (2023). Breaking (Fake) News: No Personal Relevance Effect On Misinformation Vulnerability. <https://www.mdpi.com/2076-328x/13/11/896>
- Dalimunthe, S. F., Simanjorang, V. B., Pulungan, R. A., & Domianda, P. (2024). *Trend Penggunaan Media Sosial dalam Interaksi Sosial Remaja*. <https://jurnal.kolibi.org/index.php/kultura/article/view/1403>. Vol. 2 No. 5 (2024): *Kultura: Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, dan Humaniora*
- Dewi, K., & Kurniawan, D. (2022). Pola komunikasi dan solidaritas dalam komunitas fandom digital. *Jurnal Komunika*, Vol. 15, No. 1, 33-47. <https://ejournal.iainpurwokerto.ac.id/index.php/komunika/article/view/5123>
- Firmansyah, A. (2024). Relasi kuasa dalam interaksi komunitas digital. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, Vol. 8, No. 1, 90-105. <https://journal.unnes.ac.id/index.php/jkb/article/view/67891>
- Fitria, Kusnul. (2022). Cyberspace Sebagai Area Perang Antara Fans Versus Haters K-Pop Di Instagram, Vol. 4 No. 2 (2022): *Jurnal Kopis: Kajian Penelitian Dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam*, Februari 2022
- Handayani, S. (2023). Fanatisme penggemar dalam media sosial dan dampaknya terhadap perilaku komunikasi. *Jurnal Interaksi*, <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/interaksi/article/view/47621>
- Handayani. (2018). Hiperbola Dan Hiperrealitas Media Analisis Judul Berita Hiperbola Di Situs Berita Online. <https://journal.uinjkt.ac.id/Dialektika/Article/View/9123> Doi: <https://doi.org/10.15408/Dialektika.V5i2.9123>. Vol. 5 No. 2 (2018)
- Hapsari, D., & Putri, V. (2024). Media sosial sebagai arena diskusi dan konflik komunitas digital. *Jurnal Komunikasi Digital*, <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/komdig/article/view/7321>
- Hidayat, M. (2021). Isu sensitif dan konflik dalam komunitas fandom digital. *Jurnal Komunikasi*, <https://journal.uny.ac.id/index.php/jk/article/view/38921>
- Iskandar, F. A., & Irawati, I. (2023). *Penelitian Etnografi Virtual dalam Mengkaji Fenomena Masyarakat Informasi di Media Sosial: Tinjauan Literatur Sistematis*. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/anuva/article/view/17384>
- Iskandar, Fikrisya & Wati Indir. (2023). Penelitian Etnografi Virtual Dalam Mengkaji Fenomena Masyarakat Informasi Di Media Sosial: Tinjauan Literatur Sistematis. Doi: [10.14710/Anuva.7.4.679-696](https://doi.org/10.14710/Anuva.7.4.679-696). Vol 7, No 4 (2023)
- Krippendorff, Klaus. (2004). Second Edition Content Analysis An Introduction To Its Methodology. https://www.academia.edu/8951073/Intro_To_Content_Analysis

- Krippendorff, Klaus. (2004). Second Edition Content Analysis An Introduction To Its Methodology. https://Www.Academia.Edu/8951073/Intro_To_Content_Analysis
- Kusuma, R., & Lestari, A. (2022). Rumor dan polarisasi opini di media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 10, No. 2, 144–158. <https://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jik/article/view/15678>
- Kusumawati, D., & Wicaksono, C. B. (2023). *Studi Etnografi Virtual: Aksi Sosial Akun Instagram @Overheardmabok*. JD01: <https://doi.org/10.61098/jkst.v2i1.18>. Vol. 2 No. 1 (2023): Juni 2023
- Lestari, F. (2023). Partisipasi aktif penggemar dalam promosi idol K-Pop di media sosial. *Jurnal Audience*, Vol. 6, No. 2, 73–86. <https://journal.uc.ac.id/index.php/JA/article/view/3890>
- Letwori & Lambok. (2023). Phenomenon Of Fandom War In K-Pop Community On Social Media. Doi: <https://doi.org/10.33822/Iep.V6i2.5808>.
- Maharani, S., & Putri, R. (2022). Loyalitas kelompok dalam konflik komunikasi online. *Jurnal Ilmu Informasi dan Komunikasi*, Vol. 11, No. 1, 59–72. <https://journal.unair.ac.id/IJK/article/view/39876>
- Mahendra & Jaya, (2024). Pengaruh Work Life Balance, Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Driver Shopeefood Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Driver Shopeefood Di Kota Malang). *E-Jrm : Elektronik Jurnal Riset Manajemen* Vol. 13 No. 02
- Maryati, F. (2018). Hubungan Motivasi Penyebaran Hoax Dengan Eksistensi Diri Remaja Masjid Al-Fajar Di Grup Whatsapp. <http://Digilib.Uin-Suka.Ac.Id/Id/Eprint/33399>
- Maulana, H. (2023). Agresivitas komunikasi dalam fenomena fanwar di media sosial. *Jurnal Interaksi*, Vol. 12, No. 1, 25–39. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/interaksi/article/view/49012>
- Miles, M B. & Huberman, M. (1994). Analisis data kualitatif : buku sumber tentang metode metode baru. Jakarta: Penerbit universitas indonesia.
- Musriana, Dkk. (2024). Fenomena Ujaran Kebencian Warganet Di Kolom Komentar Media Sosial Instagram Akun @Riaricis1795. Doi: https://doi.org/10.23887/Jurnal_Bahasa.V13i2.3356. Vol. 13 No. 2 (2024): Oktober, *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Bahasa Indonesia*
- Nuraini, L. (2023). Pengaruh akun informasi K-Pop terhadap persepsi penggemar. *Jurnal Audience*, Vol. 6, No. 1, 101–114. <https://journal.uc.ac.id/index.php/JA/article/view/4012>
- Prasetyo, E. (2021). Identitas digital dalam komunitas fandom online. *Jurnal Sosiologi*, Vol. 26, No. 2, 133–147.. <https://journal.ui.ac.id/index.php/sosiologi/article/view/5987>

- Pratama, R. A. (2021). Globalisasi budaya dan penyebaran Korean Wave di Indonesia melalui media digital. *Jurnal Komunikasi Global*, <https://jurnal.unsyiah.ac.id/JKG/article/view/21045>
- Pratiwi, A., & Sembiring, L. (2022). Interaksi pengguna Instagram dalam membentuk opini publik. *Jurnal Komunikasi Massa*, Vol. 5, No. 2, 66–80. <https://journal.ui.ac.id/index.php/jkm/article/view/5890>
- Puspitasari, D., & Ramadhan, M. (2024). Fanwar dan perebutan identitas dalam komunitas digital. *Jurnal Sosioteknologi*, Vol. 23, No. 1, 112–126. <https://journals.itb.ac.id/index.php/sostek/article/view/20245>
- Putra & Fauzan. (2020). Optimasi Penilaian Pada E-Learning Universitas Madura Dengan Menggunakan Metode Scaffolding. Doi: <https://doi.org/10.30873/Ji.V20i2>. Vol 20, No 2 (2020): *Jurnal Informatika – Articles*
- Putra, M. R. (2021). Identitas kolektif dalam komunitas fandom K-Pop di Indonesia. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, Vol. 16, No. 1, 49–63. <https://ejournal.uin-suka.ac.id/isoshum/sosiologirefleksif/article/view/1789>
- Rahadi. D.R. (2017). Perilaku Pengguna Dan Informasi Hoax Di Media Sosial. DOI: <https://doi.org/10.26905/Jmdk.V5i1.1342>. <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jmdk/article/view/1342>. Vol. 5 No. 1 (2017): June 2017
- Rahman, A. (2021). Media sosial sebagai ruang interaksi fandom di era digital. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 25, No. 1, 92–105. <https://jurnal.ugm.ac.id/jsp/article/view/65421>
- Rahmawati, N., & Hidayat, A. (2024). Fandom sebagai agen kolektif dalam budaya populer digital. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, Vol. 9, No. 1, 35–50. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jkom/article/view/65432>
- Ramadani, N., & Utami, S. (2024). Etnografi virtual dalam kajian interaksi media sosial. *Jurnal Komunikasi Digital*, Vol. 5, No. 2, 70–84. <https://ejournal.upi.edu/index.php/komdig/article/view/8123>
- Rasyidin, N., & Irwansyah. (2023). *Dampak Sosial Media Terhadap Dinamika Masyarakat Indonesia: Analisis Konseptual dan Studi Literatur*. Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial (JKOMDIS). <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1213>. Vol. 3 No. 3 (2023): September - Desember

- Salsabila, Zahrah Z. (2024) . Fenomena Fanwar Dalam Fanatisme Penggemar Kpop Pada Media Sosial Twitter. DOI: <https://doi.org/10.14710/Vol%25viss%25ipp%25p> . Vol 13, No 1 (2024) > Salsabila
- Santoso, B. (2022). Etnografi virtual sebagai metode penelitian komunikasi digital. *Jurnal Komunikasi*, Vol. 14, No. 1, 11–25. <https://ejournal.uinikt.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/24567>
- Saputra, R., & Wibowo, A. (2024). Fanatisme dan konflik digital dalam komunitas fandom K-Pop. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, Vol. 6, No. 1, 98–113.. <https://journal.unair.ac.id/JKN/article/view/51245>
- Sari, D. P., & Nugroho, Y. (2022). Peran fandom dalam meningkatkan popularitas budaya K-Pop di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/?p=3476>
- Teso, Novando & Christian. (2023). Menganalisa Foto Hoax Dengan Menggunakan Metode Reverse Image Search. Doi: <https://doi.org/10.52958/Iftk.V19i3.6154>. Vol. 19 No. 3 (2023): Desember 2023
- Verbryto & Irwansyah. (2020). Pencurian Data Dan Informasi Di Media Sosial Melalui Informasi Hoax: Studi Kasus Pada Media Sosial Facebook.
- Wicaksono, B. (2021). Konflik digital dalam komunitas fandom di media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 9, No. 2, 141–155. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jikom/article/view/40211>
- Widyaningrum, T. (2023). Pola komunikasi fandom dalam media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 18, No. 1, 44–58. <https://journal.umy.ac.id/index.php/jik/article/view/17345>
- Wulandari, Ulyana & Ardiansyah. (2021). Pengaruh Algoritma Filter Bubble Dan Echo Chamber Terhadap Perilaku Penggunaan Internet. Doi:[10.22146/Bip.V17i1.423](https://doi.org/10.22146/Bip.V17i1.423). Vol 17 No 1 (2021): June Sharpenig Akhir
- Yasmin & Zuriah. (2024). *Analysis Of Sarcasm Language Use On Instagram Social Media (Case Study Of Students From The Faculty Of Social Sciences Uinsu)*. Doi: <https://doi.org/10.47233/Jkomdis.V4i2.1918>. Vol. 4 No. 2 (2024): Mei - Agustus
- Zhang, S. (2021). *Sentiment Classification Of News Text Data Using Intelligent Model*. *Frontiers In Psychology*, 12, Article 758967. <https://doi.org/10.3389/Fpsyg.2021.758967>