MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 12 Tahun 2026

KOMUNIKASI KONFLIK DALAM FANWAR INTERNAL FANDOM DREAMZEN DI MEDIA SOSIAL X

Citra Dwi Utami[1], Dina Alamianti[2], Rodhiyat Fajar Salim[3]
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Langlangbuana, Bandung
citradwutm66@gmail.com[1] , nadien5@gmail.com[2] , rfajarsalim72@gmail.com[3]

Abstract
The study aims to analyze the emergence and evolution of internal fanwar, identify the resulting conflict communication patterns, and understand the meaning and dynamics of the conflict within the Dreamzen digital community. Employing a constructivist paradigm, the research utilizes qualitative methods and a netnographic approach. Data were gathered through digital observation, documentation (including tweets, replies, quote tweets, and threads), and a literature review. Analysis was conducted using Lewis A. Coser's conflict theory, focusing on hostile feeling, hostile behavior, realistic conflict, and non-realistic conflict. The results show that Dreamzen's internal fanwar started from the accumulation of hostile feelings in the form of dissatisfaction with SM Entertainment's policies and treatment, such as the Center position, special stage, and mistreatment. These feelings escalated into hostile behavior when triggered by specific events and propagated through interactions on X. Conflict communication patterns were characterized by sarcasm, labeling, fandom-specific terminology, quote tweets, reply chains, polarization, and the formation of opposing factions. The conflict, initially realistic, tended to shift toward a non-realistic conflict centered on emotional venting and identity-based clashes. Interpretations of the conflict varied according to members' positions within fandom subgroups, resulting in a recurring series of conflicts with relatively consistent communication patterns.
***Keywords**: Conflict Communication, Internal Fanwar, Dreamzen, Social Media X, Netnography*

Abstrak
Penelitian ini bertujuan menganalisis proses muncul dan berkembangnya fanwar internal, mengidentifikasi pola komunikasi konflik, serta memahami makna dan dinamika konflik dalam komunitas digital Dreamzen. Penelitian menggunakan paradigma konstruktivisme dengan metode kualitatif dan pendekatan netnografi. Data diperoleh melalui observasi digital, dokumentasi tweet, reply, quote tweet, dan thread, serta studi literatur, lalu dianalisis dengan teori konflik Lewis A. Coser. Hasilnya menunjukkan bahwa fanwar internal Dreamzen berawal dari akumulasi hostile feeling terhadap kebijakan dan perlakuan SM Entertainment, seperti posisi Center, special stage, dan mistreatment, yang berkembang menjadi hostile behavior ketika dipicu peristiwa tertentu. Pola komunikasi konflik ditandai sarkasme, labeling, istilah khas fandom, quote tweet, reply berantai, serta polarisasi dan pembentukan kubu. Konflik realistis cenderung bergeser menjadi non-realistis yang menonjolkan pelampiasan emosi dan pertarungan identitas. Pemaknaan konflik berbeda sesuai posisi anggota dalam subkelompok, sehingga fanwar berulang dengan pola komunikasi yang relatif serupa.

Article history
Received: November 2026
Reviewed: November 2026
Published: November 2026

Plagirism checker no 80
Copyright : author
Publish by : musytari

This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

MUSYTARI
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 12 Tahun 2026
ISSN : 3025-9495

Kata kunci: Komunikasi Konflik, Fanwar Internal, Dreamzen, Media Sosial X, Netnografi

1. PENDAHULUAN

Fanwar adalah pertikaian antarpenggemar yang bersumber dari perbedaan pendapat dan kerap berujung pada ketegangan yang tidak hanya mengganggu komunitas, tetapi juga merusak reputasi idola yang dibela. Dalam budaya penggemar K-Pop, bentuk yang paling sering muncul adalah agresi verbal, yaitu hinaan, ejekan, dan pernyataan menyerang yang dilandasi fanatisme terhadap idola. Fenomena ini tidak selalu melibatkan dua fandom yang berbeda. Konflik juga terjadi di antara anggota satu fandom yang berbagi identitas yang sama, padahal identitas bersama itu semestinya memperkuat solidaritas.

Dreamzen, sebutan bagi penggemar NCT Dream, menjadi contoh yang menarik. NCT Dream merupakan subunit NCT di bawah SM Entertainment dengan basis penggemar yang besar, dan akun resminya di media sosial X diikuti sekitar 10,8 juta pengguna. Aktivitas promosi yang padat, perbedaan bias (anggota favorit), serta persepsi tentang perlakuan agensi yang tidak adil membuat gesekan antaranggota fandom sering muncul. Media sosial X mempercepat gesekan itu karena sifatnya yang *real time* dan terbuka, dengan pesan singkat berbatas 280 karakter. Di ruang virtual, ketiadaan isyarat nonverbal mudah memicu salah paham, dan konflik yang terjadi terdokumentasi, dapat ditelusuri ulang, serta berpotensi viral.

Komunikasi konflik dipahami sebagai proses pertukaran pesan antara pihak-pihak yang memiliki perbedaan kepentingan, nilai, atau persepsi, yang diekspresikan dan dimaknai melalui komunikasi. Teori konflik Lewis A. Coser menyediakan lensa yang relevan, karena memandang konflik tidak semata-mata destruktif, melainkan dapat memiliki fungsi positif, misalnya memperjelas batas identitas kelompok dan memperkuat solidaritas internal. Teori ini membedakan *hostile feeling* (perasaan permusuhan) dan *hostile behavior* (tindakan nyata yang mengekspresikan perasaan tersebut), serta konflik realistis (muncul dari tuntutan atau kepentingan tertentu) dan konflik non-realistis (muncul dari kebutuhan untuk meredakan ketegangan). Pendekatan ini sudah dipakai untuk menelaah fanwar fandom K-Pop lain, tetapi kajian yang menyoroti konflik internal dalam satu subfandom masih terbatas.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan (1) menganalisis proses munculnya dan berkembangnya fanwar internal Dreamzen di media sosial X, (2) mengidentifikasi pola komunikasi konflik yang terbentuk, dan (3) memahami pemaknaan konflik oleh anggota komunitas.

Tinjauan Pustaka

Penelitian terdahulu

Penelitian terdahulu berfungsi sebagai pembanding sekaligus pijakan untuk menempatkan posisi penelitian ini dalam perkembangan kajian fanwar. Peneliti dapat memperdalam teori yang digunakan dan mengidentifikasi keterbatasan yang belum terjawab. Penelitian terdahulu dipilih karena paling dekat dengan focus penelitian ini, baik dari sisi objek (fandom K-Pop dan NCT), platform media social, maupun kerangka konseptual (konflik dan perilaku komunikasi).

Chalifah (2022) meneliti fandom Secret Number saat menghadapi fanwar perebutan trofi Rookie of the Year 2020 dengan pendekatan netnografi. Ia menemukan pola komunikasi dua arah di WhatsApp, Discord, dan media sosial yang dipakai untuk menyusun strategi, memberi dukungan internal, dan meredam provokasi fandom lain. Salsabila dan Banowo (2024) melihat fanwar di Twitter sebagai ekspresi fanatisme: loyalitas dan keterikatan emosional yang tinggi memicu perilaku defensif, sindiran, hingga ujaran kebencian, sementara karakter Twitter

sebagai ruang publik digital mempercepat penyebaran opini dan mempertajam polarisasi antarkelompok. Kedua studi ini sama-sama membahas konflik dengan fandom lain, bukan konflik di dalam fandom itu sendiri. Hasibuan (2025) menggunakan teori interaksi simbolik untuk membaca fan wars EXO dan BTS di Instagram. Menurutnya, konflik terbentuk melalui pertukaran simbol seperti komentar, caption, emoji, dan tagar yang dimaknai secara subjektif oleh tiap kelompok, sehingga identitas "kami versus mereka" menguat. Lubis (2023) bergerak lebih dekat ke konteks penelitian ini dengan meneliti konflik antarunit fans NCT di Twitter. Konflik muncul dari perbedaan kepentingan, kecemburuan antarunit, dan perebutan pencapaian, lalu meluas lewat fitur reply, retweet, dan quote tweet dengan pola komunikasi yang defensif dan konfrontatif. Setyawan (2024) meneliti perilaku komunikasi NCTzen sebagai bentuk fanatisme. Ia menunjukkan bahwa intensitas interaksi, simbol khas fandom, dan pembelaan terhadap idol membentuk solidaritas yang kuat, tetapi juga berpotensi memicu konflik ketika terjadi perbedaan pandangan atau persaingan pencapaian.

Secara keseluruhan, kelima penelitian tersebut memperlihatkan tiga benang merah. Pertama, fanatisme dan identitas kelompok selalu muncul sebagai pemicu utama. Kedua, fitur platform (reply, quote tweet, komentar) dianggap mempercepat dan memperluas konflik. Ketiga, konflik cenderung berujung pada polarisasi. Temuan ini menjadi pijakan bagi penelitian ini dalam membaca bagaimana fitur X dan identitas kolektif Dreamzen memengaruhi jalannya fanwar.

Landasan Teoritis

Teori Konflik Coser

Teori konflik Coser pertama kali diperkenalkan melalui karyanya The Functions of Social Conflict (Coser, 1956). Teori ini sering disebut fungsionalisme konflik karena menitikberatkan fungsi konflik bagi sistem sosial. Coser mengadaptasi gagasan Georg Simmel dan memandang konflik sebagai pertentangan antarindividu atau antarkelompok yang berkaitan dengan nilai, kepentingan, serta tuntutan atas status, kekuasaan, atau sumber daya yang terbatas (Adzina et al., 2024). Berbeda dengan pandangan yang menganggap konflik sebagai sesuatu yang harus dihindari, Coser menekankan fungsi positifnya. Konflik dapat menyalurkan ketegangan, memperjelas batas identitas kelompok, memperkuat solidaritas internal, dan mendorong penyesuaian struktur hubungan sosial (Ningtyas, 2024). Coser juga menjelaskan bahwa konflik tidak hanya dipicu perbedaan kepentingan, tetapi juga kondisi psikologis dan emosional dalam interaksi sosial. Dua konsep pertama menggambarkan proses konflik dari perasaan hingga tindakan, sedangkan dua konsep berikutnya membedakan konflik berdasarkan tujuannya.

Hostile Feeling

Hostile feeling adalah perasaan permusuhan atau emosi negatif yang muncul pada individu atau kelompok terhadap pihak lain, seperti marah, kecewa, tidak suka, atau tidak setuju terhadap sikap, tindakan, maupun pandangan mereka. Perasaan ini biasanya timbul ketika seseorang merasa kepentingan atau nilai yang diyakininya tidak dihargai atau bahkan ditentang. Karena masih berada pada tingkat emosional atau psikologis, hostile feeling tidak selalu tampak secara terbuka. Namun, bila tidak dikelola melalui komunikasi yang konstruktif, perasaan ini dapat berkembang menjadi konflik yang lebih nyata, sehingga ia dipahami sebagai tahap awal munculnya konflik (Ningtyas, 2024). Dalam konteks fanwar internal Dreamzen, hostile feeling dapat muncul ketika sesama penggemar menafsirkan suatu isu tentang idol atau aktivitas grup secara berbeda, lalu timbul rasa kesal atau kecewa terhadap pandangan penggemar lain.

ISSN : 3025-9495

Hostile Behavior

Hostile behavior adalah tindakan nyata yang mengekspresikan perasaan permusuhan tadi. Jika hostile feeling bersifat internal, hostile behavior dapat diamati langsung dalam interaksi sosial, misalnya perdebatan, kritik, pertentangan pendapat, dan serangan verbal terhadap individu atau kelompok lain. Menurut Coser, konflik menjadi nyata ketika perasaan permusuhan diwujudkan dalam tindakan; konflik tidak hanya ada karena emosi negatif, tetapi karena emosi itu diekspresikan. Pada tahap ini konflik mulai terlihat terbuka dan dapat melibatkan lebih banyak pihak dalam kelompok (Ningtyas, 2024). Di media sosial X, wujudnya dapat berupa perdebatan di kolom balasan, sindiran atau serangan lewat quote tweet, dan unggahan yang sengaja dibuat untuk membantah atau mengkritik kelompok lain dalam fandom. Dengan demikian, konflik tidak lagi sebatas perasaan, melainkan sudah menjadi tindakan komunikasi di ruang digital.

Konflik Realistis

Konflik realistis berasal dari kekecewaan individu atau kelompok terhadap tuntutan khusus dalam suatu hubungan, atau dari perkiraan keuntungan yang dirasakan dari objek frustrasi. Konflik ini muncul karena ada sesuatu yang ingin dicapai sehingga berfungsi sebagai alat untuk memperoleh hasil tertentu, seperti persaingan status atau kepentingan kelompok. Jalan yang ditempuh untuk mencapai hasil itu pun jelas dan disepakati oleh budaya pihak-pihak yang terlibat, dan konflik dapat terjadi antarindividu maupun antarkelompok (Susilawati, 2010). Dalam fanwar internal, konflik realistis tampak ketika perdebatan berkisar pada isu yang konkret dan punya tujuan, misalnya pembagian posisi, kesempatan tampil, atau porsi promosi idol.

Konflik Non-Realistis

Konflik non-realistis tidak berasal dari tujuan yang saling bertentangan, melainkan dari kebutuhan untuk meredakan ketegangan, setidaknya bagi salah satu pihak (Coser, 1956). Konflik jenis ini cenderung bersifat ideologis atau emosional, dan muncul ketika individu atau kelompok mengalami tekanan emosional yang kemudian dilampiaskan lewat pertentangan dengan pihak lain (Susilawati, 2010). Karena tidak memiliki tujuan yang jelas, konflik ini lebih emosional dan dapat meluas apabila tidak dikelola. Dalam fanwar di media sosial X, konflik non-realistis terlihat ketika anggota fandom saling menyerang secara emosional tanpa membahas isu secara substansial, misalnya lewat kata kasar, ejekan, atau komentar yang merendahkan kelompok lain. Bentuk ini lebih mencerminkan pelampiasan emosi daripada upaya mencapai tujuan tertentu dalam perdebatan.

Dengan demikian, hostile feeling dan hostile behavior membantu membaca bagaimana fanwar bergerak dari perasaan ke tindakan, sedangkan pembedaan konflik realistis dan non-realistis membantu menilai apakah suatu perdebatan berangkat dari isu yang konkret atau dari pelampiasan emosi.

Teori Komunikasi Konflik

Dalam kajian komunikasi, konflik dipahami sebagai hasil dari proses penyampaian pesan antara komunikator dan komunikan pada situasi tertentu (Putnam, 2008). Konflik dikenali dari pertentangan tujuan, kepentingan, dan nilai, dan dapat muncul bukan hanya karena tujuan pihak-pihak yang bertentangan, melainkan juga karena situasi di sekitarnya. Raffel (2008) menambahkan bahwa ilmu komunikasi pada dasarnya memandang konflik sebagai bentuk kegagalan komunikasi, terutama ketika individu merasa terancam atau tertekan. Jika kedua pandangan ini dipadukan, konflik adalah aspek sosial yang berwujud pertentangan kepentingan dan tujuan, yang berujung pada kegagalan komunikasi. Pandangan ini tidak berarti konflik selalu buruk. Teori komunikasi konflik bersifat dinamis dan mengakui konflik sebagai bagian

alami interaksi manusia yang, bila dikelola, dapat menghasilkan perubahan positif (Littlejohn & Foss, 2009; Lubis, 2023). Konflik juga mengubah proses komunikasi itu sendiri: setiap konflik membawa informasi baru yang mengubah sikap, cara pandang, dan cara pihak-pihak yang terlibat berkomunikasi (Lubis, 2023). Agresivitas verbal sering memperburuk konflik dan merusak kualitas hubungan, sehingga komunikasi yang baik diperlukan untuk meredam eskalasi (Hasmawati, 2020).

Kedua teori ini saling mengisi. Teori Coser menjawab apa yang melatari konflik (perasaan, perilaku, dan jenis konflik) beserta fungsinya bagi kohesi kelompok, sedangkan teori komunikasi konflik menjawab bagaimana konflik itu diproduksi dan dimaknai melalui pesan. Kombinasi keduanya relevan untuk menganalisis fanwar internal, yaitu konflik yang sekaligus berakar pada emosi dan identitas kelompok serta berlangsung sepenuhnya lewat pertukaran pesan di ruang digital.

Landasan Konseptual

Komunikasi Konflik

Komunikasi konflik adalah proses interaksi ketika dua pihak atau lebih bertukar pesan di tengah perbedaan kepentingan, nilai, tujuan, persepsi, atau kebutuhan (Amin, 2017). Konflik muncul bukan semata karena perbedaan, melainkan karena perbedaan itu dikomunikasikan dan dimaknai sebagai ancaman. Pruitt dan Rubin (1986) menyebutnya perceived divergence of interest, sehingga konflik bersifat subjektif dan dibentuk lewat komunikasi. DeVito (2016) menambahkan bahwa konflik memiliki dimensi isi (content) dan dimensi hubungan (relationship); cara penyampaian, pilihan bahasa, nada, dan respons emosional ikut menentukan arah konflik (Hasmawati, 2020). Konflik dapat konstruktif bila dikelola dengan terbuka, dan destruktif bila diwarnai emosi berlebihan, serangan personal, atau kesalahpahaman.

Komunikasi Virtual dan Komunitas Virtual

Komunikasi virtual berlangsung melalui ruang maya yang interaktif tanpa pertemuan tatap muka (Widyaningrum, 2021). Keunggulannya adalah kecepatan dan jangkauan tanpa batas wilayah (Dahlia, 2021), tetapi pesan yang hanya berbentuk teks mudah disalahpahami, dan candaan yang dianggap serius dapat berubah menjadi konflik (Kinanti & Achmad, 2025). Komunitas virtual adalah kumpulan individu yang berinteraksi karena kepentingan bersama di ruang digital, dengan bahasa, norma, dan protokol yang disepakati (Triantoro, 2019). Komunitas semacam ini terbentuk atas dasar motif seperti hobi, cara pandang, atau kebutuhan, dan anggotanya tidak hanya mengonsumsi tetapi juga memproduksi informasi (Iswaratama, 2024). Fandom Dreamzen merupakan komunitas virtual dengan ciri tersebut.

Komunikasi Visual

Komunikasi visual mengandalkan unsur visual seperti gambar, grafik, dan desain untuk menyampaikan pesan, dan dianggap berhasil bila pesannya dapat diterima dengan tepat oleh khalayak (Rosyada & Sutejo, 2024; Kholik et al., 2024). Dalam fanwar internal Dreamzen di X, komunikasi visual terwujud terutama dalam bentuk meme, yakni gambar atau tangkapan layar yang dipadukan dengan teks singkat lalu dibagikan dan dimodifikasi pengguna. Meme tersebut muncul dalam empat wujud: gambar wajah idol yang dilepas dari konteks aslinya, gambar dengan kalimat sarkastis, gambar yang mengekspresikan emosi seperti kekesalan atau kekecewaan, dan gambar acak dari Pinterest yang tidak berkaitan dengan idol tetapi dipakai untuk menyindir. Karena ringkas, mudah dipahami, dan cepat menyebar, meme memungkinkan permusuhan diekspresikan secara massal tanpa argumen panjang.

Fanwar Internal

Fanwar, gabungan kata *fan* dan *war*, adalah aktivitas saling mengejek dan memprovokasi secara verbal di media sosial, baik antarfandom maupun sesama fandom (Jesica et al., 2023). Fanwar tumbuh dari fanatisme dan diwujudkan antara lain lewat komentar negatif atau sarkastis, merendahkan idola lain, dan membandingkan idola (Agnensia, 2018). Fanwar internal terjadi di dalam satu komunitas fandom, antaranggota atau subkelompok yang sama-sama mengagumi objek yang sama, namun berbeda dalam pandangan, preferensi, tafsir terhadap idola, atau cara mendukung, misalnya cara voting dan cara menanggapi kritik. Dari sudut komunikasi konflik, fanwar internal berakar pada perbedaan makna dan interpretasi pesan: pesan di media digital tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk makna, identitas, dan legitimasi posisi dalam komunitas.

Citra Komunitas

Citra adalah kesan yang terbentuk dari pengetahuan dan pengalaman terhadap suatu objek (Soemirat & Ardianto), dan dibentuk melalui proses komunikasi, bukan sekadar realitas objektif. Citra fandom dapat positif (solid, kreatif, suportif) maupun negatif (agresif, fanatik, gemar berkonflik), dan fanwar yang terbuka serta viral berpotensi membentuk persepsi negatif publik. Dalam perspektif hubungan masyarakat, relasi antara idol sebagai figur publik, agensi (SM Entertainment), dan Dreamzen sebagai publik yang terlibat secara emosional menunjukkan bahwa ketidakpuasan terhadap kebijakan agensi, bila tidak tersalurkan lewat komunikasi dua arah, dapat bergeser menjadi perdebatan antarpenggemar.

Publik Aktif

Konsep publik aktif menjelaskan mengapa anggota fandom tidak berhenti sebagai penerima pesan. Merujuk Situational Theory of Publics dari Grunig, publik aktif menyadari suatu isu, merasa terdampak, dan termotivasi bertindak (Suhendra & Pratiwi, 2024). Di media sosial, batas antara komunikator dan komunikan kabur karena setiap pengguna sekaligus memproduksi dan mengonsumsi pesan. Dalam fandom, keterlibatan ini memperkuat solidaritas, tetapi dapat memicu konflik bila dilakukan secara konfrontatif atau defensif.

Media Sosial X

Menurut Nasrullah (2015), media sosial adalah medium berbasis internet yang memungkinkan pengguna berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan konten dalam ruang virtual, serta memfasilitasi komunikasi dua arah (Qadir & Ramli, 2024). Anonimitas membuat pengguna lebih berani mengungkapkan perasaan, termasuk komentar kasar (Makarim, 2022), dan penggemar K-Pop memakai X untuk katarsis atau pelepasan emosi (Dewi & Purwandari, 2023; Ningtyas, 2024). Bagi Dreamzen, X adalah pusat informasi sekaligus percakapan komunitas. Sifatnya yang *real-time* membuat setiap kabar langsung direspons lewat unggahan, balasan, dan quote tweet, sehingga perbedaan pandangan cepat terlihat dan dapat berkembang menjadi perdebatan luas.

NCT Dream

NCT Dream adalah subunit NCT yang dibentuk pada 2016 dan dikelola SM Entertainment. Pada awalnya grup ini menerapkan sistem kelulusan bagi anggota yang melewati usia 20 tahun, sebelum sistem itu ditiadakan pada 2020. Penggemarnya, Dreamzen, menjadi komunitas yang diteliti dalam kajian ini.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, yang memandang realitas sosial tidak tunggal dan objektif, melainkan dibangun melalui komunikasi dan interpretasi anggota komunitas; fanwar internal Dreamzen dipahami sebagai realitas sosial yang dikonstruksi melalui interaksi digital. Metode yang digunakan adalah kualitatif, yang menghasilkan data deskriptif

berupa tulisan atau ucapan serta perilaku yang diamati, dan dilakukan dalam latar yang alamiah. Pendekatan yang digunakan adalah netnografi, yaitu penelitian yang memanfaatkan teknologi komputer yang disesuaikan dengan media sosial dan tidak sebatas observasi. Pendekatan ini dipilih karena penelitian mengamati komunitas virtual, yaitu bahasa, simbol, dan pola interaksi anggota Dreamzen di media sosial X. Lokasi penelitian bersifat virtual, yakni platform X.

Subjek penelitian adalah pengguna X yang menjadi anggota Dreamzen dan terlibat dalam perdebatan fanwar internal melalui unggahan (*tweet*), balasan (*reply*), kutipan unggahan (*quote tweet*), atau *thread*. Objek penelitian adalah fenomena komunikasi konflik dalam fanwar tersebut, dan unit analisisnya adalah interaksi komunikasi digital yang terdokumentasi. Penentuan kasus menggunakan *purposive sampling*, yaitu pemilihan dengan pertimbangan tertentu, terhadap lima kasus fanwar yang terjadi sejak akhir tahun 2025 hingga pertengahan tahun 2026. Kasus dipilih karena (1) intensitas interaksinya tinggi, (2) unggahan pemicu dan tanggapannya memperoleh keterlibatan (*engagement*) yang besar, dan (3) pemicunya beragam sehingga pola komunikasi dapat dilihat dari berbagai situasi.

Data dikumpulkan melalui observasi digital terhadap interaksi di X, dokumentasi berupa tangkapan layar *tweet*, *reply*, *quote tweet*, dan *thread*, serta studi literatur tentang komunikasi konflik, budaya fandom, dan media sosial. Analisis mengikuti model Miles, Huberman, dan Saldaña, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Pada tahap reduksi, data dipilah ke dalam kategori tematik yang mencerminkan dinamika konflik, strategi bahasa, dan mekanisme eskalasi, kemudian dibaca melalui konsep Coser. Keabsahan data dijaga dengan triangulasi sumber (beragam jenis interaksi dan akun) dan triangulasi teknik (observasi, dokumentasi, dan studi literatur).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Dreamzen tidak homogen. Anggotanya terbagi menjadi beberapa subkelompok berdasarkan orientasi dukungan, yaitu *solo stan* (mendukung satu anggota secara eksklusif), *OT stan* (mendukung seluruh anggota grup), dan *shipper* (menekuni dinamika hubungan tertentu antaranggota). Loyalitas anggota juga berlapis pada tingkat grup, unit NCT, dan bias, sehingga posisi seseorang dapat berubah menurut isu yang dipersengketakan. Struktur yang cair ini membuat titik gesekan antarsubkelompok banyak dan membantu menjelaskan mengapa fanwar internal relatif sering terjadi. Tabel 1 meringkas lima kasus yang dianalisis.

Tabel 1. Ringkasan lima kasus fanwar internal Dreamzen di media sosial X

Kasus	Pemicu	Hostile feeling	Hostile behavior	Karakter konflik
1. Posisi Center Jaemin	Reply @reneeraise atas teaser MV *Beat It Up* (14 Nov. 2025)	Akumulasi kekecewaan terhadap kebijakan agensi soal posisi Center	Sarkasme, *quote tweet* massal setelah *reply* dinonaktifkan, pelabelan “bocil” dan “kpopers baru”	Realistis bergeser ke non-realistis

ISSN : 3025-9495

Kasus	Pemicu	Hostile feeling	Hostile behavior	Karakter konflik
2. *Special stage* SMTOWN	Unggahan @ren_junjun23 saat SMTOWN Live Fukuoka (31 Jan. 2026)	Persepsi favoritisme agensi karena Renjun tidak tampil di *special stage*	Peringkat "anak kesayangan SM", serangan personal; sanggahan sarkastis dan *redirect* ke agensi	Realistis bergeser ke non-realistis
3. Debut NCT JNJM	Unggahan @jisungjisungjg saat debut unit ("chenji please plagiarize")	Perbedaan tafsir atas kolaborasi dan otoritas penafsiran karya idola	Perdebatan *shipper* dan *solo stan*, tuduhan objektifikasi	Dominan non-realistis
4.Promosi album solo Chenle	Lanjutan kasus 3; isu promosi album solo Chenle diangkat kembali	Kekecewaan atas minimnya promosi dibandingkan unit lain	Kritik keras ke agensi, lalu kekecewaan pada sesama penggemar	Realistis dengan unsur non-realistis
5. *Outfit airport* Haechan dan Renjun	Konten TikTok @injunie_1328, menyebar ke X	Standar ganda penilaian penampilan idola	Konten yang membingkai dua member tidak setara; *callout* massal dan seruan *block*	Pemicu non-realistis, respons komunitas realistis

Sumber: Olah data peneliti (2026)

Pembahasan

Munculnya dan Berkembangnya Fanwar: dari Hostile Feeling ke Hostile Behavior

Kelima kasus menunjukkan pola yang konsisten: fanwar tidak muncul tiba-tiba, melainkan tumbuh dari akumulasi ketidakpuasan yang telah terbangun sebelum unggahan pemicu hadir. Pada kasus pertama, *reply* yang menyebut posisi Center Jaemin "di rolling terus kayak bangku SMA" tampak sepele, tetapi akun lain menegaskan bahwa isu itu hanyalah salah satu dari rangkaian kekecewaan terhadap kebijakan agensi yang telah lama terakumulasi. Secara teoretis, inilah *hostile feeling* dalam kerangka Coser, yaitu perasaan permusuhan yang muncul ketika kepentingan atau nilai kelompok dirasa terancam.

Perasaan itu menjadi *hostile behavior* ketika ada peristiwa pemicu dan ruang untuk mengekspresikannya. Pada kasus pertama, pemilik akun pemicu menonaktifkan fitur *reply*, tetapi anggota fandom beralih ke *quote tweet* sehingga konflik justru meluas ke audiens yang lebih besar. Pada kasus kedua, rangkaian *tweet* yang menyebut Renjun sebagai "anak tiri" agensi memperoleh ratusan ribu tayangan dan memantik respons kolektif. Jeda antara *hostile feeling* dan *hostile behavior* bervariasi: hampir seketika pada kasus dengan pemicu langsung, dan lebih lama tetapi lebih intens pada kasus dengan akar historis yang panjang.

Intensitas emosi juga bergantung pada kedekatan afektif anggota dengan isu. Anggota yang bias-nya terdampak langsung menunjukkan reaksi yang jauh lebih intens daripada penonton dari luar, sejalan dengan investasi emosional jangka panjang yang telah ditanamkan

penggemar kepada idolanya. Karakter X yang terbuka dan *real time* berperan sebagai akselerator yang memungkinkan perasaan individual menemukan resonansi kolektif dalam waktu singkat.

Pola Komunikasi Konflik

Pola pertama adalah bahasa sarkastis dan pelabelan. Kritik kepada agensi sering disampaikan lewat metafora dan ironi, sedangkan pihak yang berbeda pendapat dilabeli "bocil", "kpopers baru", *akgae stan*, *delusional shipper*, atau *fake fan*. Label ini bekerja ganda: melemahkan argumen lawan sekaligus menegaskan batas simbolik antarsubkelompok. Melalui pelabelan, perdebatan substantif tentang kebijakan agensi bergeser menjadi konflik identitas yang lebih sulit diselesaikan. Praktik ini sejalan dengan budaya *clapback* di X, ketika balasan tajam dianggap tanda kecerdasan berargumen, dan dengan agresi verbal yang lazim pada penggemar K-Pop.

Pola kedua adalah eskalasi melalui *quote tweet* dan *reply* berantai. Eskalasi yang berulang pada kelima kasus berjalan dalam empat tahap: (1) *tweet* pemicu berisi analisis atau opini pada isu yang sensitif; (2) *reply* dari pihak yang setuju maupun tidak; (3) *quote tweet* yang memperluas paparan ke pengikut akun lain; dan (4) pengulangan berlapis hingga konflik mencapai puncak dalam waktu singkat. Dalam komunitas virtual, pengguna bukan sekadar penerima pesan, melainkan juga produsen konten (*prosumer*), sehingga satu unggahan dapat berkembang menjadi diskursus yang melibatkan ratusan akun dari beragam subkelompok.

Pola ketiga adalah polarisasi dan pembentukan kubu. Setiap kasus meninggalkan batas antarsubkelompok yang makin tegas, paling jelas pada kasus NCT JNJM yang memisahkan *shipper* dan *solo stan*. Fitur *mute*, *block*, dan algoritma X memfasilitasi terbentuknya *echo chamber*, yaitu lingkaran komunikasi tertutup yang mempersulit dialog antarkubu. Meski demikian, komunitas juga menunjukkan respons kolektif yang korektif, misalnya mengalihkan kritik kepada agensi (*redirect*) dan melakukan *callout* massal terhadap konten yang dianggap melewati batas.

Dinamika Konflik Realistis dan Non-Realistis

Analisis menunjukkan bahwa pembedaan konflik realistis dan non-realistis tidak statis, melainkan bergerak sepanjang satu peristiwa. Pada kasus Center Jaemin dan *special stage* SMTOWN, konflik berakar realistis karena ada objek konkret yang dapat diverifikasi, yaitu penempatan posisi dan ketidakhadiran anggota di panggung, serta tuntutan yang jelas kepada agensi. Konflik kemudian bergeser menjadi non-realistis ketika perdebatan berubah menjadi serangan terhadap legitimasi sebagai penggemar, bahkan serangan personal. Kasus NCT JNJM paling dominan non-realistis karena tidak ada tuntutan konkret; yang diperebutkan adalah otoritas menafsirkan karya dan identitas idola.

Kasus Chenle bersifat berlapis. Tuntutan terhadap promosi yang layak tetap realistis dan memiliki dasar objektif, tetapi kekecewaan sebagian *solo stan* bergeser kepada sesama penggemar yang dianggap kurang peduli. Kasus *outfit airport* memperlihatkan dua lapisan yang berlawanan: konten pemicu bersifat non-realistis, sedangkan respons komunitas bersifat realistis karena bertujuan konkret, yaitu mendesak penghapusan konten, dan tujuan itu tercapai ketika pemilik akun menarik videonya.

Dengan demikian, akar realistis dan pergeseran non-realistis tidak saling meniadakan, melainkan berlapis. Residu kekecewaan terhadap agensi tetap tertinggal dan dapat teraktivasi kembali pada fanwar berikutnya. Fanwar internal Dreamzen karenanya berfungsi seperti katup pelampiasan (*safety valve*) menurut Coser: meredakan ketegangan jangka pendek, tetapi melanggengkan ketidakpuasan struktural dalam jangka panjang [8]. Konflik juga berfungsi

sebagai kontrol sosial; pada kasus *special stage*, pemilik akun pemicu berhenti mengunggah setelah menerima penolakan kolektif yang masif.

Pemaknaan Konflik oleh Anggota Fandom

Anggota tidak memaknai fanwar secara seragam, dan terdapat tiga pola pemaknaan. Pertama, fanwar dimaknai sebagai sesuatu yang memalukan, melelahkan, dan kontraproduktif, terutama oleh penggemar yang mendukung seluruh anggota grup; sebagian menyebutnya "anomali toxic" yang merusak citra komunitas. Kedua, fanwar dimaknai sebagai ketidakpuasan yang salah alamat: legitimasi kritik terhadap agensi diakui, tetapi ekspresinya yang menyerang sesama member dipersoalkan, disertai seruan agar protes diarahkan kepada agensi. Ketiga, fanwar dimaknai sebagai siklus berulang yang berdampak nyata pada idola, ditandai kelelahan kolektif karena harus terus "begging for bare minimum" kepada agensi.

Perbedaan pemaknaan ini bergantung pada posisi anggota dalam struktur fandom, sehingga upaya de-eskalasi dari satu pihak jarang cukup untuk mengakhiri konflik, sebab tiap subkelompok memiliki ambang toleransi sendiri terhadap apa yang dianggap penyelesaian. Dalam perspektif Coser, keberagaman pemaknaan itu menunjukkan bahwa fanwar tidak sepenuhnya destruktif: konflik turut memperjelas nilai, mempertegas batas identitas, dan menegosiasikan ulang norma komunikasi dalam komunitas. Tabel 2 merangkum temuan terhadap ketiga rumusan masalah.

Tabel 2. Sintesis temuan terhadap rumusan masalah

Rumusan masalah	Temuan utama	Konsep Coser
Proses munculnya dan berkembangnya fanwar	Akumulasi ketidakpuasan terhadap kebijakan agensi menjadi tindakan terbuka setelah ada pemicu; karakter X mempercepat penyebaran	*Hostile feeling* menjadi *hostile behavior*
Pola komunikasi konflik	Sarkasme dan pelabelan; eskalasi melalui *quote tweet* dan *reply* berantai; polarisasi dan *echo chamber*; *redirect* kritik ke agensi	Konflik realistis bergeser ke non-realistis; batas in-group dan out-group
Pemaknaan konflik oleh anggota	Memalukan dan melelahkan; ketidakpuasan yang salah alamat; siklus berulang yang berdampak pada idola	Fungsi konflik: katup pelampiasan, kontrol sosial, penegasan identitas

Sumber: Olah data peneliti (2026)

4. KESIMPULAN

Fanwar internal Dreamzen di media sosial X muncul dari akumulasi *hostile feeling* terhadap kebijakan dan perlakuan agensi, seperti penempatan posisi Center, *special stage*, dan promosi, lalu menjadi *hostile behavior* ketika dipicu peristiwa tertentu dan menyebar cepat melalui karakter X yang *real time* dan terbuka. Pola komunikasi konfliknya ditandai sarkasme, pelabelan, istilah khas fandom, eskalasi melalui *quote tweet* dan *reply* berantai, serta polarisasi kubu. Konflik yang berakar realistis cenderung bergeser menjadi non-realistis, meskipun residu realistisnya tetap ada. Anggota memaknai fanwar secara berbeda sesuai posisinya, yakni sebagai hal yang memalukan, sebagai ketidakpuasan yang salah alamat, atau sebagai siklus yang merugikan idola. Dalam perspektif Coser, fanwar ini tidak sepenuhnya destruktif karena turut memperjelas nilai dan batas identitas komunitas.

ISSN : 3025-9495

Bagi Dreamzen, diharapkan dapat dibangun kesepakatan norma bersama dalam menyampaikan kritik, khususnya membedakan secara jelas antara kritik terhadap agensi dan kritik terhadap sesama fans, agar konflik tidak berkembang menjadi serangan personal yang destruktif. Bagi SM Entertaiment, disarankan meningkatkan transparansi dan komunikasi dua arah terkait kebijakan. Bagi pengguna media sosial X secara umum, diharapkan lebih bijak dalam merespons isu sensitif dan berpendapat di ruang digital.

Penelitian selanjutnya disarankan memperluas objek ke fandom lain dan melengkapi netnografi dengan wawancara mendalam untuk menggali pengalaman dan motivasi anggota. Bagi komunitas, kesepakatan norma untuk membedakan kritik terhadap agensi dari serangan terhadap sesama member dapat membantu mencegah konflik berkembang menjadi serangan personal.

DAFTAR PUSTAKA

Adzina, N. J., Malihah, E., & Sartika, R. (2024). Analisis Teori Konflik Lewis A. Coser dalam Fenomena Fanwar Fandom K-Pop (Studi Kasus Fandom CARAT). SOSIETAS, 14(2), 183–198. https://doi.org/10.17509/sosietas.v14i2.73418

Agnensia, N. P. (2018). Fan War Fans K-Pop dan Keterlibatan Penggemar dalam Media Sosial Instagram.

Aini, N. Z., & Kusuma, A. (2023). Budaya Penggemar dalam Membaca Fan Fiction NCT di Twitter (Vol. 6). http://Jiip.stkipyapisdompu.ac.id

Amin, M. A. S. (2017). KOMUNIKASI SEBAGAI PENYEBAB DAN SOLUSI KONFLIK SOSIAL. Jurnal Common |, 1.

Aprina, F. H., Ashaf, A. F., & Windah, A. (2024). Aktivisme Digital Fandom Kpop NCTzen Sebagai Wujud Positif Interaksi Parasosial (Studi pada Akun X @nctzenhumanity). 8(1).

Chalifah, R. R. (2022). FANWAR FANDOM K-POP SECRET NUMBER.

Christiansen, D. T., & Utami, L. S. S. (2022). Pandangan Penggemar pada Kolaborasi Produk Somethinc X NCT Dream.

Coser A., L. (1956). THE FUNCTIONS OF SOCIAL CONFLICT.

Dahlia, S. (2021). KOMUNIKASI VIRTUAL MELALUI MEDIA INSTAGRAM PADA REMAJA DI DESA PERAWANG KECAMATAN TUALAN.

Deafifa, A. S. D. R., & Noorrizki, R. D. (2022). Fenomena Agresi Verbal Fans K-Pop Indonesia di Media Sosial. Jurnal Flourishing, 2(5), 348–354. https://doi.org/10.17977/10.17977/um070v2i52022p348-354

Eliani, J., Yuniardi, M. S., & Masturah, A. N. (2018). Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial pada Penggemar Idola K-Pop.

Haq, N. H., & Pamungkas, I. N. A. (2025). Identitas Komunikasi Penggemar Fanatik Komunitas NCTzen. R2J, 7(3). https://doi.org/10.38035/rrj.v7i3

Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. https://www.researchgate.net/publication/340021548

Hasibuan, A. A. (2025). ANALISIS TEORI INTERAKSI SIMBOLIK DALAM FENOMENA FAN WARS DI INSTAGRAM @WEAREONE.EXO DAN @BTS.BIGHITOFFICIAL.

Hasmawati, F. (2020). Komunikasi sebagai Resolusi Konflik dan Proses Pengambilan Keputusan (Communication as Conflict Resolution and Decision Making Process). Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI), 4(1), 2020.

ISSN : 3025-9495

Hudayu, A., & Asmara, R. (2025). PEMANFAATAN TWITTER (X) UNTUK PENYEBARAN INFORMASI PADA FANDOM KOREAN POP (K-POP) IDOL.

Iswaratama, A. (2024). The Role of Virtual Communities in Encouraging Social Interaction in the Digital Era. HISTORICAL: Journal of History and Social Sciences, 3(1), 51–61. https://doi.org/10.58355/historical.v3i1.100

Jesica, K., Savitri, L., & Utami, S. (2023). Bergelut di Dunia Fanwar: Komunikasi Kelompok Penggemar K-Pop EXO-L dan ARMY di Twitter.

Kholik, A., Soegiarto, A., & Sari, W. P. (2024). Efektivitas Komunikasi Visual Melalui Prinsip-Prinsip User Experience Design (UXD) Pada Website Virtual Event Festival Sains dan Budaya. Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Dan Ilmu Komputer, 4(2), 01–17. https://doi.org/10.55606/juisik.v4i2.1504

Kinanti, B. S., & Achmad, Z. A. (2025). STUDI NETNOGRAFI VIRTUAL PADA VARIASI INTERAKSI AKUN X ANONIM NCTZEN. https://doi.org/10.31604/jips.v12i9.2025

Lestari, A. E., & Kusuma, R. S. (2023). Analisis Resepsi Pengguna Twitter Terhadap Fan War "Safa Space." Jurnal Audiens, 4(3), 440–453. https://doi.org/10.18196/jas.v4i3.119

Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). ENCYCLOPEDIA OF COMMUNICATION THEORY. SAGE.

Lubis, N. P. (2023). KONFLIK KOMUNIKASI ANTARA UNIT – UNIT FANS NCT (NEO CULTURE TECHNOLOGY) DI TWITTER.

Maheswari, A. A. D., Aditya, I. Gst. Ngr. A. K., & Pramestisari, N. A. S. (2024). Pengaruh Perilaku Konsumtif Komunitas Penggemar NCT (NCTzen Bali) Terhadap Loyalitas Sebagai Penggemar. Communication and Policy Review, 1(4), 2024. https://ijespgjournal.org/index.php/shkr

Ningtyas, D. E. (2024). FANWAR NCT SEBAGAI BENTUK KONFLIK SOSIAL DI RANAH SIBER (STUDI CYBERFANDOM NCTZEN INDONESIA DI MEDIA SOSIAL X).

Noviani, A. (2023). FANATISME PENGGEMAR K-POP (Studi Atas Perilaku Konsumtif pada NCTzen di Kota Bogor).

Putri, S. C. M. (2021). GAMBARAN CITRA DIRI FANBOY KPOP (SEBUAH STUDI KASUS PADA PENGGEMAR LAKI LAKI MUSIK KOREA DALAM KOMUNITAS FANDOM).

Qadir, A., & Ramli, M. (2024). MEDIA SOSIAL(DEFINISI, SEJARAH DAN JENIS-JENISNYA).

Rohmah, S. T. (2023). KAJIAN EKSPLORASI PERILAKU PARASOSIAL PADA FANDOM NCTZEN.

Sahara, N., Marliani, R., Uin, E. K., Gunung, S., & Bandung, D. (2022). GAMBARAN KONFLIK ANTAR KELOMPOK PENGGEMAR KOREAN POP DI MEDIA SOSIAL DESCRIPTION OF CONFLICT BETWEEN KOREAN POP FANS GROUPS IN SOCIAL MEDIA (Vol. 4, Number 1). http://journal.uml.ac.id/TIT

Sugiyono. (2017). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D.

Suhendra, & Pratiwi, F. S. (2024). Peran Komunikasi Digital dalam Pembentukan Opini Publik: Studi Kasus Media Sosial. Iapa Proceedings Conference, 293. https://doi.org/10.30589/proceedings.2024.1059

Susilawati, H. (2010). Peranan manajemen konflik pada suatu organisasi.

Triantoro, D. A. (2019). Konflik Sosial dalam Komunitas Virtual di Kalangan Remaja. Jurnal Komunikasi, 13(2), 135–150. https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol13.iss2.art2

Widyaningrum, A. Y. (2021). Kajian Tentang Komunitas Virtual: Kesempatan dan Tantangan Kajian di Bidang Ilmu Komunikasi. Jurnal Komunikatif, 10(2), 141–152. https://doi.org/10.33508/jk.v10i2.3457