

DIGITAL NATIONALISM OLEH NETIZEN INDONESIA
(Digital Discourse Analysis Dalam Fenomena SEAbings vs K-netz
Pada Media Sosial X)

(Nur Fitri Sofyan Putri¹), (Dian Hutami Rahmawati²)

(¹Ilmu Komunikasi FISIBPOL Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Jawa Timur)

(²Ilmu Komunikasi FISIBPOL Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Jawa Timur)

Alamat e-mail : (¹22043010001@student.upnjatim.ac.id),

Alamat e-mail : ²dian.hutami.ilkom@upnjatim.ac.id,

ABSTRACT

through tweets of comments on social media X (Twitter) by utilizing features of likes, comments, reposts, and hashtags. One interesting phenomenon is the SEAbings (South-East Asian netizens) conflict with K-netz (Korean netizens) that features the dynamics of digital nationalism, regional solidarity, and resistance to stereotypes in digital public spaces. This research aims to find out the digital nationalism of Indonesian netizens and digital discourse analysis about the phenomenon of SEAbings vs. K-netz on social media X. The research object is the phenomenon of SEAbings vs. K-Netz on social media X (Twitter), with a focus on digital nationalism practices by Indonesian netizens. The data is collected through media text, documentation, and literature studies, and then analyzed by considering four aspects: text (the element of semiotics), context (the meaning behind the text), action and interaction (effect on others), and ideology and power (the relationship of certain powers). The results showed that the phenomenon of SEAbings vs. K-netz shaped the digital nationalism practice of Indonesian netizens through the formation of solidarity, collective use of language, and cross-cultural interaction in the X social media space, where the tweets of comments did not only display conflict, they did not only. but also efforts to build perceptions and ease tensions through digital literacy and communication strategies. This study concluded that digital nationalism of Indonesian netizens came as a form of solidarity of identity built through interaction, language, and digital communication in X's social media public space.

Keywords: *Digital Nationalism, SEAbings vs. K-netz, Social Media X, Digital Discussion Analysis*

ABSTRAK

Media sosial mengubah narasi makna, termasuk konstruksi konflik yang terbentuk melalui cuitan komentar di media sosial X (Twitter) dengan memanfaatkan fitur likes, komentar, repost, dan tagar. Salah satu fenomena yang menarik adalah konflik SEAbings (netizen Asia Tenggara) dengan K-netz (netizen Korea) yang

menampilkan dinamika nasionalisme digital, solidaritas regional, serta perlawanan terhadap stereotip di ruang publik digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui digital nationalism netizen Indonesia dan digital discourse analysis tentang fenomena SEAbings vs K-netz pada media sosial X. Objek penelitian adalah fenomena SEAbings vs K-Netz di media sosial X (Twitter), dengan fokus pada praktik digital nasionalisme oleh netizen Indonesia. Data dikumpulkan melalui teks media, dokumentasi, dan studi literatur, lalu dianalisis dengan memperhatikan empat aspek: teks (elemen semiotika), konteks (makna di balik teks), tindakan dan interaksi (efek pada orang lain), serta ideologi dan kekuasaan (hubungan kekuasaan tertentu). Hasilnya menunjukkan bahwa fenomena SEAbings vs K-netz membentuk praktik digital nationalism netizen Indonesia melalui pembentukan solidaritas, penggunaan bahasa kolektif, serta interaksi lintas budaya di ruang media sosial X, dimana cuitan komentar tidak hanya menampilkan konflik, tetapi juga upaya membangun persepsi dan meredakan ketegangan melalui literasi digital dan strategi komunikasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa digital nationalism netizen Indonesia hadir sebagai bentuk solidaritas identitas yang dibangun melalui interaksi, bahasa, dan komunikasi digital di ruang publik media sosial X.

Kata Kunci: *Digital Nationalism, SEAbings vs K-netz, Media Sosial X, Analisis Wacana Digital*

Catatan : Nomor HP tidak akan dicantumkan, namun sebagai fast respon apabila perbaikan dan keputusan penerimaan jurnal sudah ada.

A. Pendahuluan

Media sosial telah menjadi ruang publik digital yang memengaruhi cara masyarakat membangun makna, identitas, dan relasi sosial. Perkembangan media baru memungkinkan pengguna tidak hanya sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai produsen wacana melalui fitur *likes*, komentar, *repost*, serta penggunaan tagar. Dalam konteks ini, media sosial X (Twitter) menjadi salah satu platform yang aktif digunakan untuk membangun opini

publik, memperkuat solidaritas kelompok, hingga memunculkan konflik digital lintas negara. Salah satu fenomena yang menarik perhatian publik pada Februari 2026 ialah konflik antara Korean netizens (K-netz) dan SEAbings, yaitu sebutan bagi penggemar dari negara-negara Asia Tenggara. Konflik tersebut bermula ketika seorang pengelola *fansite* asal Korea Selatan diduga membawa perlengkapan kamera profesional ke area konser yang bertentangan dengan aturan panitia. Video kejadian

yang direkam warga Malaysia kemudian menyebar luas di media sosial X dan memicu respons besar dari netizen Asia Tenggara, termasuk Indonesia (Desy, 2026).

Fenomena tersebut berkembang menjadi diskursus digital yang melibatkan berbagai negara di Asia Tenggara seperti Malaysia, Indonesia, Filipina, Thailand, dan Vietnam. Netizen Asia Tenggara menunjukkan solidaritas kolektif dengan merespons komentar bernada rasis dari sebagian K-netz. Respons tersebut diwujudkan melalui penggunaan tagar, unggahan konten tandingan, hingga pembelaan identitas regional di ruang digital. Netizen Indonesia dinilai memiliki pengaruh cukup besar dalam dinamika percakapan tersebut melalui tingginya partisipasi unggahan dan produksi narasi kreatif (Buana, 2026). Bentuk kreativitas tersebut terlihat dari penggunaan bahasa daerah, aksara tradisional, serta diplomasi budaya dengan menampilkan prestasi artis lokal seperti Feby Putri, Lyodra, dan Baskara Mahendra yang sempat menjadi sasaran komentar rasis. Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi ruang konflik, tetapi juga sarana

pembentukan solidaritas dan identitas kolektif digital.

Menurut data Drone Emprit dalam Goodstats (2026), pemantauan terhadap percakapan digital terkait konflik SEAbblings vs K-netz pada periode 1–18 Februari 2026 menghasilkan 18.934 sampel mentions. Hasil tersebut menunjukkan dominasi sentimen positif sebesar 51,7%, diikuti sentimen netral 38,5%, dan negatif 9,8% (Ghina, 2026). Dominasi sentimen positif memperlihatkan bahwa ruang digital tidak hanya menghadirkan pertentangan, tetapi juga solidaritas regional Asia Tenggara dalam menghadapi isu bersama. Di sisi lain, masih ditemukan sentimen negatif berupa kekhawatiran terhadap meluasnya konflik digital yang dapat memperpanjang siklus pertikaian dan reproduksi stereotip antar kelompok.

Tingginya penetrasi internet di Indonesia dan Korea Selatan turut mempercepat penyebaran isu dari peristiwa individual menjadi konflik kolektif lintas negara. Survei We Are Social (2025) menunjukkan pengguna media sosial di Indonesia mencapai 180 juta orang atau 62,9% populasi, dengan rata-rata penggunaan sekitar tiga jam per hari (We Are Social,

2025). Sementara itu, Statista (2026) mencatat pengguna X di Indonesia mencapai 22,92 juta pengguna yang didominasi kelompok usia 18–34 tahun (Statista, 2026). Di Korea Selatan, laporan DataReportal (2025) menunjukkan jumlah pengguna internet mencapai 50,4 juta jiwa atau 97,4% populasi. Dominasi generasi muda dalam penggunaan media sosial memperlihatkan bahwa ruang digital menjadi arena strategis dalam pembentukan opini publik dan identitas kolektif lintas negara.

Fenomena SEAbings vs K-netz juga memperlihatkan bagaimana identitas kolektif dibangun melalui interaksi digital. Konsep *in-group* dan *out-group* dari William Graham Sumner dalam Folkways (1906) menjelaskan bahwa individu cenderung membela kelompoknya sendiri dan memandang kelompok lain sebagai pihak berbeda. Selain itu, gagasan Benedict Anderson mengenai *imagined community* menjelaskan bahwa rasa kebersamaan dapat terbentuk meskipun individu tidak pernah bertemu secara langsung (Rahmah, 2026). Dalam konteks fenomena ini, istilah SEAbings hadir sebagai identitas kolektif baru bagi masyarakat

Asia Tenggara yang merepresentasikan solidaritas dan perlawanan terhadap diskriminasi di ruang digital.

Media sosial saat ini juga berperan dalam proses pembentukan identitas diri dan nasionalisme digital. Algoritma platform media sosial mendorong pengguna untuk menyesuaikan opini dan cara menampilkan diri agar selaras dengan kelompok tertentu di ruang digital (Pramudya, 2025). Oleh karena itu, penggunaan media sosial tidak lagi bersifat individual semata, tetapi berkembang menjadi praktik kolektif untuk menegaskan identitas nasional, menyuarakan opini kebangsaan, dan membangun solidaritas digital. Nasionalisme di era digital tidak hanya diwujudkan melalui simbol seremonial, tetapi juga melalui partisipasi aktif pengguna media sosial dalam memproduksi dan menyebarkan narasi kebangsaan (Zulfa et al., 2024).

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan *digital discourse analysis* untuk menganalisis bagaimana digital nationalism netizen Indonesia dikonstruksi dalam fenomena SEAbings vs K-netz di media sosial X.

Analisis wacana digital digunakan untuk melihat bagaimana makna, identitas, dan relasi kekuasaan dibangun melalui interaksi digital. Penelitian ini meninjau empat dimensi utama, yaitu teks, konteks sosial, tindakan dan interaksi, serta ideologi dan kekuasaan. Pendekatan tersebut digunakan untuk memahami bagaimana ruang interaksi digital membentuk solidaritas, nasionalisme, dan konstruksi identitas kolektif netizen Indonesia di media sosial X.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana *digital nationalism* dikonstruksi oleh netizen Indonesia dalam fenomena SEAbings vs K-netz pada media sosial X?”. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui *digital nationalism* netizen Indonesia dan *digital discourse analysis* tentang fenomena SEAbings vs K-netz pada media sosial X. Penelitian ini tidak menggunakan hipotesis karena menggunakan pendekatan kualitatif dengan fokus pada pemaknaan dan analisis wacana digital.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan

paradigma kritis dan metode Digital Discourse Analysis atau analisis wacana digital. Pendekatan ini digunakan untuk memahami makna, representasi, serta konstruksi narasi yang berkembang di media sosial, khususnya pada platform X (Twitter). Penelitian kualitatif dipilih karena mampu menjelaskan fenomena sosial secara mendalam berdasarkan konteks dan pengalaman sosial pengguna media digital (Rohmawati et al., 2024). Menurut Creswell dalam Fiantika (2022), penelitian kualitatif merupakan proses pembentukan pengetahuan berdasarkan perspektif konstruktif yang lahir dari pengalaman individu dan konteks sosial (Fiantika et al., 2022). Sementara itu, Erickson (1968) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif bertujuan mengungkap aktivitas sosial beserta dampaknya terhadap masyarakat (Putri Dea, 2024).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan **(Huruf 12 dan Ditebalkan)**

Penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena SEAbings vs K-netz di media sosial X membentuk praktik digital nationalism melalui unggahan cuitan, komentar, meme, dan tagar yang berkembang selama periode 9–

28 Februari 2026. Fokus penelitian mengungkap bagaimana makna pesan dibangun melalui interaksi digital menggunakan pendekatan Digital Discourse Analysis Rodney H. Jones dengan melihat aspek teks, konteks, tindakan dan interaksi, serta ideologi dan kekuasaan. Data penelitian berasal dari 26 unggahan berupa foto, video, komentar, dan meme yang berkaitan dengan konflik netizen Asia Tenggara dan Korea Selatan di media sosial X. Penelitian juga mengategorikan temuan berdasarkan konsep Digital Nationalism ruang publik Dewi Ros (2025), meliputi pembentukan narasi nasionalisme dan identitas alternatif, informasi dan persepsi ruang publik X (Twitter), bahasa dan ekspresi identitas pengguna media, interaksi lintas budaya dan pengaruh asing, serta literasi digital dan strategi komunikasi digital (Ros, 2025).



Gambar 1: akun Ve. @LacedbyTears. mengunggah cuitan respon dari K-netz "*Speakeu engliseu, please. I donteu understandeu abouteu whateu you saideu*"

Pada unggahan 9 Februari 2026 dari akun Ve. @LacedbyTears, percakapan menunjukkan penggunaan bahasa yang sarat dengan sarkasme, ejekan, dan parodi linguistik. Cuitan awal yang menyebut "Negara maju tapi penduduknya mostly bobrok inggrisnya" memicu balasan dari akun Korea menggunakan bahasa Korea yang diterjemahkan menjadi "Aku iri padamu karena kamu mahir berbahasa Inggris tetapi hidup dalam kemiskinan". Balasan tersebut kemudian direspons dengan parodi "*Speakeu engliseu, pleaseu. I donteu understandeu abouteu whateu you*

saideu” yang meniru aksen Korea secara berlebihan. Percakapan ini menjadi viral dengan komentar “udah tembus 44jt”, yang menunjukkan keterlibatan audiens yang luas dan peran algoritma media sosial dalam memperbesar konflik menjadi diskursus publik.

Situasi ini juga mencerminkan bagaimana netizen Indonesia sering terlibat dalam praktik serupa, yaitu membela identitas nasional sekaligus merespons stereotip dari luar. Dari sini terlihat adanya praktik digital nationalism di media sosial X, di mana bahasa tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga menjadi simbol identitas dan alat untuk menegaskan posisi kelompok dalam interaksi lintas negara. Berbeda dengan Indonesia yang di pandang rendah, mereka menunjukkan bahwa Indonesia bisa menggunakan bahasa luar seperti Inggris, dan sebagainya. berbeda dengan Korea yang penggunaan bahasa nya lebih tidak terstruktur.

Pada level konteks, percakapan tersebut memperlihatkan bagaimana media sosial X menjadi ruang interaksi lintas budaya yang memungkinkan konflik kecil berkembang menjadi perdebatan internasional.

Penggunaan campuran bahasa Indonesia, Inggris, dan Korea menunjukkan praktik humor sarkastik sekaligus konflik identitas berbasis bahasa. Viralitas unggahan memperlihatkan bahwa ruang digital mampu membentuk opini kolektif serta memicu solidaritas dan pertentangan antar komunitas.



Gambar 2: (pernyataan SEAbings mengenai negara dualisme)

“NEGARA KOK DUALISME, ITU NEGARA APA SARIMI ISI DUA?”

Unggahan 10–11 Februari 2026 memperlihatkan penggunaan humor sarkastik dalam merespons pernyataan netizen Korea mengenai hubungan antar negara bertetangga. Balasan “NEGARA KOK DUALISME, ITU NEGARA APA SARIMI ISI DUA?” menunjukkan penggunaan hiperbola

dan analogi produk instan sebagai bentuk satire terhadap identitas nasional Korea Selatan dan Korea Utara. Interaksi ini memperlihatkan pola eskalasi dari argumen defensif menjadi ejekan terbuka yang mendorong keterlibatan netizen lain dalam percakapan digital (Sandy, 2023).

Dalam aspek tindakan dan interaksi, penggunaan humor, sindiran, dan meme menjadi strategi komunikasi utama netizen Asia Tenggara untuk melawan stereotip yang diarahkan kepada mereka. Balasan seperti “naik kuyang” digunakan sebagai bentuk ironi terhadap tuduhan primitif, sehingga bahasa tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi tetapi juga strategi resistensi simbolik dalam ruang digital. Wacana tersebut memperlihatkan bagaimana media sosial menjadi ruang negosiasi identitas, di mana stereotip dibalas dengan humor dan argumen untuk menolak hierarki antar negara.

Fenomena tersebut juga memperlihatkan bagaimana netizen Indonesia memiliki peran dominan dalam membangun digital nationalism di ruang media sosial X. Hal ini terlihat dari intensitas partisipasi pengguna

Indonesia dalam membalas komentar, membuat meme, menggunakan tagar, hingga membangun solidaritas bersama netizen Asia Tenggara lainnya. Netizen Indonesia tidak hanya merespons stereotip yang diarahkan kepada kawasan Asia Tenggara, tetapi juga aktif membentuk narasi tandingan melalui humor, sarkasme, dan ekspresi kolektif yang memperkuat identitas regional. Dibandingkan dengan netizen negara lain, keterlibatan netizen Indonesia tampak lebih masif dalam membangun interaksi dan memperluas penyebaran isu melalui repost, quote tweet, dan unggahan viral. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa digital nationalism oleh netizen Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai bentuk pembelaan identitas nasional, tetapi juga sebagai strategi komunikasi digital untuk memperkuat solidaritas kawasan Asia Tenggara dalam menghadapi stereotip dan dominasi opini dari pihak luar.



Gambar 3: (Pembuatan meme yang mengarah bahwa K-netz tidak ada yang membela negaranya)

"Nah loh #Knetz dikeroyok sedunia kan #SEAbings"

Selain penggunaan bahasa, penelitian juga menemukan penggunaan meme visual sebagai alat komunikasi digital. Pada unggahan 16 Februari 2026 oleh Firza Husain @firzaitusain dengan caption "Nah loh #Knetz dikeroyok sedunia kan #SEAbings", meme memperlihatkan karakter Korea Selatan yang awalnya mengejek negara Asia Tenggara kemudian dikelilingi banyak karakter berbendera negara lain. Meme tersebut menyederhanakan konflik digital menjadi narasi visual yang mudah dipahami dan cepat viral. Penggunaan

meme memperkuat solidaritas kolektif netizen Asia Tenggara sekaligus membentuk kekuasaan simbolik melalui humor visual.

Berdasarkan aspek ideologi dan kekuasaan, penelitian menemukan bahwa *digital nationalism* tidak selalu muncul dalam bentuk kebanggaan langsung terhadap negara, tetapi juga melalui pembelaan, solidaritas, dan kontra narasi terhadap stereotip negatif. Berbagai postingan menunjukkan bagaimana netizen membangun identitas kelompok berdasarkan asal negara atau kawasan. Sebagian cuitan menampilkan pembelaan terhadap Asia Tenggara dengan menekankan bahwa masyarakatnya ramah, tidak rasis, dan aman, sedangkan pihak lain menggunakan stereotip kemiskinan, kecerdasan, maupun standar kecantikan sebagai bentuk serangan simbolik.

Penelitian juga menunjukkan bahwa percakapan di media sosial X membentuk persepsi publik mengenai hubungan antar negara. Kekhawatiran bahwa warga Korea akan diserang jika datang ke Asia Tenggara muncul dari opini yang berkembang di timeline media sosial, meskipun tidak berasal dari kejadian nyata. Beberapa

unggahan kemudian mencoba meluruskan bahwa konflik internet tidak mencerminkan kondisi sebenarnya. Hal ini menunjukkan bahwa ruang publik digital dapat memperbesar ketakutan sekaligus menjadi ruang klarifikasi dan mediasi.

Tabel 1. Kategorisasi Digital Nationalism (Dewi Ros, 2025)

Kategori	Deskripsi Singkat
Pembentukan narasi nasionalisme dan identitas alternatif	Netizen membangun solidaritas Asia Tenggara melalui pembelaan, humor, dan kontra narasi terhadap stereotip negatif.
Informasi dan persepsi ruang publik pada X (Twitter)	Percakapan di X membentuk persepsi publik dan memperbesar maupun meredakan konflik digital antar negara.
Bahasa dan ekspresi identitas pengguna media	Penggunaan sindiran, humor, dan campuran bahasa menunjukkan identitas, emosi, dan solidaritas kelompok.
Interaksi lintas budaya dan pengaruh asing	Media sosial mempertemukan berbagai budaya, tetapi juga memunculkan stereotip dan kesalahpahaman digital.
Literasi digital dan strategi komunikasi	Sebagian netizen berusaha meredakan konflik melalui klarifikasi digital

dan komunikasi yang lebih bijak.

Menurut Renan dalam penelitian (Eko & Yopi, 2020), nasionalisme terbentuk melalui rasa solidaritas dan kebersamaan dalam suatu kelompok. Dalam fenomena SEAbings vs K-netz, netizen Asia Tenggara membangun identitas kolektif melalui pembelaan, dukungan, dan respons terhadap stereotip yang berkembang di media sosial. Salah satu bentuknya terlihat pada cuitan “YAHAAHAHAHA GA AKUR YA AMA KOREA UTARA? NEGARA KOK DUALISME, ITU NEGARA APA SARIMI ISI DUA?” yang menggunakan humor dan sarkasme untuk menyindir kondisi Korea yang terbagi menjadi Korea Selatan dan Korea Utara. Sarkasme tersebut tidak hanya menjadi bentuk kritik, tetapi juga strategi komunikasi untuk memperkuat solidaritas dan identitas kelompok di ruang digital (Ros, 2025). Secara keseluruhan, penggunaan sarkasme dalam fenomena SEAbings vs K-netz menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang pembentukan nasionalisme digital melalui humor, sindiran, dan pembelaan identitas kolektif.

Ruang publik digital di X (Twitter) memungkinkan pengguna dari berbagai negara saling bertukar informasi dan membentuk persepsi kolektif secara cepat (Siti, 2020). Dalam fenomena SEAbings vs K-netz, berbagai cuitan menunjukkan bagaimana komentar rasis berkembang menjadi perdebatan lintas negara yang melibatkan solidaritas netizen Asia Tenggara. Salah satu cuitan seperti “Primitif? Ga salah sih.. ayo main ke Kalimantan...” menggunakan humor sarkastik untuk membalik stereotip negatif terhadap Indonesia. Selain itu, cuitan yang menyebut kelompok tertentu sebagai “warga kampung” dan “sampah negara” memperlihatkan bagaimana persepsi negatif dibangun melalui bahasa kasar dan hiperbola untuk menyerang identitas kelompok lain (Ros, 2025). Secara umum, pertukaran informasi dan opini di ruang publik digital memperkuat solidaritas sekaligus memicu konflik dan pembentukan stereotip antar kelompok di media sosial.

Bahasa di media sosial tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai simbol identitas dan solidaritas kelompok (Nurul et al., 2024). Dalam

fenomena SEAbings vs K-netz, penggunaan sindiran, humor, dan parodi bahasa menjadi cara netizen menegaskan identitas mereka. Hal ini terlihat pada cuitan “Kenapa ya orang Korea kalau interact sama tweet bahasa Inggris, balesnya pake Korea” yang kemudian dibalas dengan parodi “Speakeu engliseu, pleaseu...”. Penggunaan imitasi bahasa tersebut menjadi bentuk ejekan simbolik yang memperkuat batas identitas antara “kita” dan “mereka” (Ros, 2025). Secara keseluruhan, bahasa sarkastik dan bahasa gaul dalam media sosial menunjukkan bahwa nasionalisme digital Generasi Z diekspresikan secara santai, kreatif, dan kontekstual melalui interaksi digital.

Fenomena SEAbings vs K-netz memperlihatkan bagaimana media sosial menjadi ruang interaksi lintas budaya yang mempertemukan berbagai perspektif pengguna dari negara berbeda. Salah satu cuitan seperti “Tidak beradab? Datang dari ibu kota operasi plastik...” menunjukkan penggunaan sarkasme untuk menyerang stereotip fisik dan standar kecantikan Korea. Selain itu, cuitan tentang ajakan memboikot produk Korea seperti Samsung dan Olive Young memperlihatkan

bagaimana opini emosional dapat membentuk persepsi kolektif dan memperkuat konflik digital. Menurut Dedy Mulyana dalam (Wahidah, 2025), perbedaan budaya mempengaruhi cara pandang dan respons pengguna dalam ruang digital. Secara keseluruhan, interaksi lintas budaya dalam fenomena ini memperlihatkan bagaimana media sosial menjadi ruang negosiasi identitas, solidaritas, dan stereotip antar negara.

Literasi digital dan strategi komunikasi berperan penting dalam membentuk cara pengguna merespons konflik di media sosial (Ros, 2025). Dalam fenomena SEAbings vs K-netz, beberapa cuitan menunjukkan upaya klarifikasi dan komunikasi yang lebih bijak untuk mengurangi konflik. Hal ini terlihat pada cuitan “why not use nggk” yang menjelaskan bahwa kata “nggk” merupakan bagian dari bahasa Indonesia dan bukan istilah rasis. Selain itu, cuitan “aku rasa kau tidak akan diserang jika pergi ke negara ASEAN...” menunjukkan upaya meredakan ketegangan dengan menegaskan bahwa konflik internet tidak dibawa ke kehidupan nyata. Menurut (Rullah et al., 2025), literasi

digital membantu pengguna memahami konteks bahasa dan memilah informasi sebelum merespons. Secara keseluruhan, fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi ruang konflik, tetapi juga ruang edukasi dan komunikasi persuasif dalam interaksi lintas budaya.

Narasi ideologi dalam fenomena SEAbings vs K-netz menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang untuk menegaskan identitas nasional dan solidaritas kelompok (Ros, 2025). Hal ini terlihat pada cuitan “NEGARA KOK DUALISME” yang menggunakan isu geopolitik Korea sebagai bentuk sindiran untuk membangun superioritas identitas Indonesia sebagai negara kesatuan. Selain itu, cuitan seperti “GA BISA KOMEN HABIS OPERASI PLASTIK” memperlihatkan pertarungan ideologi mengenai standar kecantikan dan keaslian fisik. Sarkasme dan hiperbola digunakan untuk memperkuat solidaritas kelompok sekaligus merendahkan identitas pihak lain. Secara keseluruhan, narasi *digital nationalism* dalam fenomena ini dibangun melalui humor, perbandingan budaya, dan kekuasaan simbolik yang berkembang melalui

interaksi kolektif di media sosial, sejalan dengan konsep analisis wacana digital Rodney H. Jones pada aspek ideologi dan kekuasaan (Syamsudin, 2020).

E. Kesimpulan

Digital nationalism oleh netizen Indonesia dalam fenomena SEAbings vs Knetz di media sosial X dikomunikasikan melalui penggunaan tagar #SEAbings, #Knetz, dan #SEAbingsAgainstRacism yang berkembang melalui cuitan komentar, meme, foto, dan video. Berdasarkan pendekatan analisis wacana digital Rodney H. Jones yang menekankan aspek teks, konteks, interaksi atau tindakan, serta ideologi dan kekuasaan, penelitian terhadap 26 cuitan komentar menunjukkan bahwa praktik digital nationalism terbentuk melalui lima kategorisasi utama, yaitu Pembentukan Narasi Nasionalisme dan Identitas Alternatif, Informasi dan Persepsi Ruang Publik Pada X (Twitter), Bahasa dan Ekspresi Identitas Pengguna Media, Interaksi Lintas Budaya dan Pengaruh Asing, serta Literasi Digital dan Strategi Komunikasi Digital. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa netizen Asia Tenggara membangun solidaritas

kolektif melalui sarkasme, sindiran, humor, klarifikasi, dan pembelaan identitas sebagai bentuk perlawanan terhadap stereotip serta upaya memperkuat kebanggaan kawasan. Ruang publik digital di media sosial X juga berfungsi sebagai arena pertukaran informasi dan pembentukan opini kolektif lintas budaya yang dipengaruhi oleh pengalaman, persepsi, dan solidaritas digital pengguna. Selain itu, temuan penelitian menunjukkan bahwa literasi digital dan strategi komunikasi persuasif digunakan untuk meredakan konflik, membangun komunikasi yang lebih edukatif, serta mendorong interaksi yang lebih konstruktif di ruang digital (Ros, 2025). Dengan demikian, *digital nationalism* dalam fenomena SEAbings vs Knetz tidak hanya merepresentasikan solidaritas identitas kawasan, tetapi juga menunjukkan dinamika komunikasi digital yang partisipatif, berlapis, dan berperan dalam membentuk pemahaman kolektif di media sosial X.

DAFTAR PUSTAKA

Buana, G. (2026). *Kronologi Lengkap Perang SEAbings vs KNetz: Dari Konser DAY6 hingga Isu Rasisme*. Media Indonesia. <https://mediaindonesia.com/hibur>

- an/860378/kronologi-lengkap-perang-seablings-vs-knetz-dari-konser-day6-hingga-isu-rasisme
- Desy, S. (2026). *SEAbings vs K-Netz, berapa jumlah netizen Korea dibandingkan Indonesia?* Msn.Com.
<https://www.msn.com/id-id/ekonomi/ekonomi/seablings-vs-k-netz-berapa-jumlah-netizen-korea-dibandingkan-indonesia/ar-AA1Whvt3?apiversion=v2&domshim=1&noservercache=1&noservertelemetry=1&batchservertelemetry=1&renderwebcomponents=1&wcseo=1>
- Eko, W., & Yopi, K. (2020). *Nasionalisme dan Identitas Etnisitas : Memahami Problematika Identitas Keetnisan dan Keindonesiaan dalam Demokrasi*.
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S. R. I., Honesti, L., Wahyuni, S. R. I., Mouw, E., Mashudi, I., Hasanah, N. U. R., Maharani, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., & Waris, L. (2022). *Metodologi penelitian kualitatif*.
- Ghina, K. (2026). *Perang K-Netz Vs SEAbings di X Tuai Respons Positif Hingga 51%*. Goodstst,Id.
https://data.goodstats.id/statistic/perang-k-netz-vs-seablings-di-x-tuai-respons-positif-hingga-51-x5fWP?utm_campaign=read-infinite&utm_medium=infinite&utm_source=internal
- Nurul, H., Diva, R., & Maysarah. (2024). *Pergeseran Makna dan Ekspresi Identitas Penggunaan Bahasa Gaul di Media Sosial*. 02(01), 93–100.
<https://doi.org/10.30762/narasi.v2i1.3053>
- Pramudya, K. (2025). *Media Sosial X dalam Membentuk Identitas Sosial Digital Generasi Z*. 3(2), 178–183.
- Putri Dea, A. T. (2024). *Analisis Mekanisme Proses Penyelenggaraan Pendidikan Pelatihan*. 11(2), 143–151.
- Rahmah, M. (2026). *Fanwar Digital Antara Knetz VS SEAbings : Identitas dan Nasionalisme Pada Era Globalisasi*. Kompasina.Com.
<https://www.kompasiana.com/rahmahmaulidah35/699d487634777c49a54ad202/fanwar-digital-antara-knetz-vs-seablings-identitas-dan-nasionalisme-pada-era-globalisasi>
- Rohmawati, A., Yulianto, B., Mulyono, & Ahmadi, A. (2024). *Analisis Wacana Digital: Reviu Literatur*. 16(2), 180–191.
<https://doi.org/10.30998/deiksis.v16i2.22983>
- Ros, D. (2025). *Peran Media Sosial Dalam Membentuk Dan Memperkuat Indetitas Nasional Di Kalangan Generasi Z Indonesia*.
- Rullah, A. D., Silva, F. R., Teguh, E., Pratama, H., & Purwanto, E. (2025). *Strategi Komunikasi untuk Meningkatkan Literasi Digital di Kalangan Pemuda*. 1, 1–16.
- Sandy, R. (2023). *Analisis Dan Upaya Penyelesaian Konflik Antara Warga Perbatasan Timor Tengah Utara , Indonesia Dengan Warga Distrik Oecussi , Timor Leste Pada 2012-2013*. 4, 155–174.
- Siti, R. (2020). *Media Sosial sebagai Ruang Publik Virtual Bagi Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*.
- Statista. (2026). *X (Formerly Twitter) User Age, Gender, & Demographic Stats (2026)*.
https://www.statista.com/statistics/283119/age-distribution-of-global-twitter-users/#:~:text=Table_title:

- Distribution of X (formerly Twitter) users, 35-49 %7C Share of users: 21.1%25 %7C
- Syamsudin, R. &. (2020). *Analisis Wacana*.
- Wahidah, S. (2025). *Komunikasi Antar Budaya Yang Efektif*. 91–100.
- We Are Social. (2025). *Laporan Gambaran Umum Global Digital 2026*.
<https://wearesocial.com/id/blog/2025/10/digital-2026-global-overview-report/#:~:text=Perbedaan demografis yang lebih besar,Facebook sebagai platform favorit mereka>.
- Zulfa, N., Sari, P., Luthfi, D. M., Daulatil, E. A., Mawatie, A., Salsabilla, K., Oktavia, K. N., Putri, S. J., & Surabaya, U. N. (2024). *Media Sosial Dan Penguatan Nasionalisme Dalam Tren Dan Implikasinya Era Digital*. 2(5).