

Analisis Korban Penipuan dalam Layanan Penyewaan *Smartphone* pada Konser *K-Pop* oleh Akun @rzwonton Ditinjau dari *Lifestyle Exposure Theory*

Dela Sekarwangi^{1*}, Runi Sikah Seisabila²

^{1,2}Universitas Budi Luhur, Jakarta

Corresponding Author's e-mail : 2243501257@student.budiluhur.ac.id,
Runisikahseisabila@budiluhur.ac.id



e-ISSN: 2964-0962

SEIKAT: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Hukum

<https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/seikat>

Vol. 5, No. 3 Juni 2026

Page: 764-773

Available at:

<https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/seikat/article/view/2547>

DOI:

<https://doi.org/10.55681/seikat.v5i3.2547>

Article History:

Received: 05-04-2026

Revised: 10-05-2026

Accepted: 20-06-2026

Abstract : *The increasing use of smartphone rental services among K-Pop fans indicates that smartphones have become an important part of the concert experience, particularly for documentation needs thru fancams. However, the development of these services is also accompanied by the emergence of fraud risks in transactions conducted thru social media. This study aims to analyze the relationship between the digital activities and lifestyle of K-Pop fans and their exposure to fraud risks in smartphone rental services, as well as to identify the forms of vulnerability that contribute to victimization. This research uses a qualitative approach with a case study design. Data were obtained thru in-depth interviews with victims of smartphone rental service fraud and analyzed using the Lifestyle Exposure Theory. The research results show that the active involvement of fans in fandom activities, the use of social media as a source of information, and interactions with fellow fans increase exposure to the risk of fraud. This study also found three forms of vulnerability, namely temporal vulnerability, trust vulnerability, and need vulnerability. The research findings indicate that victimization does not occur randomly, but rather is related to lifestyle, digital activities, and exposure to risks that are formed in the daily lives of K-Pop fans. These research results underscore the importance of understanding the relationship between fandom activities and the risk of victimization in the digital space.*

Keywords : *victimization; K-Pop fans; digital fraud; smartphone rental; Lifestyle Exposure Theory.*

Abstrak : Meningkatnya penggunaan layanan penyewaan *smartphone* di kalangan penggemar *K-Pop* menunjukkan bahwa *smartphone* telah menjadi bagian penting dari pengalaman konser, khususnya untuk kebutuhan dokumentasi melalui fan cam. Namun, perkembangan layanan ini juga disertai dengan munculnya risiko penipuan dalam transaksi yang dilakukan melalui media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara aktivitas digital dan gaya hidup penggemar *K-Pop* dengan paparan mereka terhadap risiko penipuan dalam layanan penyewaan *smartphone*, serta untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk kerentanan yang berkontribusi terhadap viktimisasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan korban penipuan layanan penyewaan *smartphone* dan dianalisis menggunakan Teori Paparan Gaya Hidup. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan aktif penggemar dalam aktivitas fandom, penggunaan media sosial sebagai sumber informasi, dan interaksi dengan sesama penggemar meningkatkan paparan terhadap risiko penipuan. Penelitian ini juga menemukan tiga bentuk kerentanan, yaitu kerentanan temporal, kerentanan kepercayaan, dan kerentanan kebutuhan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa viktimisasi tidak terjadi secara acak, melainkan terkait dengan gaya hidup, aktivitas digital, dan paparan terhadap risiko yang terbentuk dalam kehidupan sehari-hari penggemar *K-Pop*.

Hasil penelitian ini menggarisbawahi pentingnya memahami hubungan antara aktivitas *fandom* dan risiko viktimisasi di ruang digital.

Kata kunci: viktimisasi; penggemar *K-Pop*; penipuan digital; penyewaan ponsel pintar; Teori Paparan Gaya Hidup.

PENDAHULUAN

Kehadiran Internet dan media sosial telah mengubah pola komunikasi, interaksi, dan ketersediaan informasi dalam kehidupan sehari-hari (Sriyono & Mardiyati, 2024). Perkembangan ini sejalan dengan perluasan infrastruktur jaringan dan meningkatnya penggunaan perangkat *mobile*, karena sebagian besar pengguna, mengakses internet melalui ponsel dengan koneksi data seluler (Retalia *et al.*, 2022). Internet memfasilitasi berbagai aktivitas, termasuk komunikasi jarak jauh, akses informasi untuk pendidikan dan penelitian, transaksi *online*, serta keterlibatan sosial dan budaya secara *online*. Kondisi ini menunjukkan bahwa internet telah menjadi media utama untuk menunjang aktivitas masyarakat di era digital. Kemajuan teknologi telah juga membentuk budaya baru, terutama di kalangan generasi muda, yang menunjukkan tingkat ketergantungan yang tinggi pada perangkat digital dalam kehidupan sehari-hari mereka (Sugiarti, 2025). Kondisi ini telah menyebabkan peningkatan penggunaan internet, yang telah menjadi bagian dari rutinitas sosial sehari-hari. Frekuensi akses yang tinggi menunjukkan bahwa media digital tidak lagi hanya sebagai alat pendukung, melainkan menjadi wadah utama untuk aktivitas sosial, informasi, dan ekonomi di masyarakat (APJII, 2024). Data dari *We Are Social*, menunjukkan bahwa pengguna internet global rata-rata menghabiskan 141 menit per hari untuk mengakses media sosial. Indonesia termasuk di antara negara dengan tingkat penggunaan media sosial tertinggi, dengan rata-rata 188 menit per hari, melebihi rata-rata global (Shabrina, 2025). Asosiasi Penyedia Layanan Internet Indonesia (APJII) juga menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia akan mencapai 229.428.417 pada tahun 2025, dengan total populasi 284.438.900.

Meningkatnya penetrasi internet di Indonesia, menunjukkan bahwa penggunaan akses internet telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat, baik untuk mendapatkan informasi, berkomunikasi, bersenang-senang, maupun melakukan transaksi secara *online* (Retalia *et al.*, 2022). Peningkatan penggunaan internet tersebut juga didukung oleh semakin luasnya perangkat digital sebagai sarana utama untuk mengakses internet (Telkom, 2024). Masyarakat menggunakan perangkat digital seperti ponsel, tablet, *smartwatch*, dan laptop untuk membantu aktivitas digital mereka, mulai dari berkomunikasi, mencari informasi, hiburan hingga melakukan transaksi *online*. Diantara perangkat tersebut, ponsel menjadi yang paling umum digunakan karena memudahkan penggunaannya terhubung di mana pun dan kapan pun (Harahap, 2025). Tingginya penggunaan internet berjalan seiring dengan meningkatnya penggunaan *smartphone* sebagai perangkat utama dalam mengakses ruang digital. Menurut *We Are Social*, sebanyak 98,7% pengguna internet di Indonesia mengakses internet melalui perangkat *mobile* (Bremanda & Pratomo, 2025). Perkembangan teknologi juga telah mengubah fungsi *smartphone* dari sekadar alat komunikasi menjadi perangkat yang mendukung berbagai aktivitas sosial, ekonomi, hiburan, dan produksi konten digital (Kurniadi *et al.*, 2019). Salah satu aktivitas yang semakin bergantung pada penggunaan *smartphone* adalah dokumentasi konser. *Smartphone* digunakan untuk merekam foto dan video selama konser berlangsung, yang kemudian dibagikan melalui media sosial sebagai bagian dari pengalaman dan partisipasi digital penonton (Ratnabumi & Sawitri, 2025).

Fenomena tersebut terlihat jelas pada komunitas penggemar *K-Pop*. Indonesia tercatat sebagai negara dengan tingkat konsumsi musik *K-Pop* terbesar di dunia pada tahun 2024.

Tingginya konsumsi tersebut mendorong terbentuknya komunitas penggemar yang aktif di ruang digital melalui fitur seperti *streaming*, *voting*, serta membuat dan membagikan *fan content*, seperti *fan art*, video edit, dan *fancams* (Rambe & Kusuma, 2023). Melalui berbagai aktivitas *online* tersebut, penggemar tidak hanya menghadiri konser, tetapi juga saling terhubung satu sama lain, sehingga memperkuat komunitas penggemar (Hanifah & Kusuma, 2025). Salah satu bentuk partisipasi digital yang umum dilakukan penggemar adalah membuat dan membagikan *fancam*, yaitu rekaman video penampilan idola saat konser (Sekarpratiwi & Wibawanti, 2025). Aktivitas ini membutuhkan perangkat dengan kualitas kamera yang memadai agar hasil dokumentasi yang diperoleh dapat memenuhi ekspektasi penggemar (Azzahra & Sulistyanta, 2024). Namun, tidak semua penggemar memiliki *smartphone* dengan spesifikasi yang sesuai untuk kebutuhan dokumentasi konser. Kondisi tersebut mendorong munculnya layanan penyewaan *smartphone* yang banyak ditawarkan melalui media sosial maupun komunitas penggemar menjelang konser berlangsung (Insyani, 2025). Bagi sebagian penggemar, layanan ini dianggap sebagai alternatif untuk memperoleh hasil dokumentasi yang lebih baik tanpa harus membeli perangkat baru dengan harga yang relatif mahal (Ratnabumi & Sawitri, 2025). Di sisi lain, berkembangnya layanan penyewaan *smartphone* juga membuka peluang munculnya berbagai risiko dalam transaksi digital, termasuk penipuan.

Salah satu kasus yang mendapat perhatian di media sosial terjadi pada tahun 2024 melalui akun @rzwonton di *platform X* (Twitter). Akun tersebut menawarkan jasa penyewaan *smartphone* kepada penggemar konser *K-Pop* dan menerima pembayaran uang muka dari calon penyewa. Namun, perangkat yang ditawarkan sebenarnya tidak tersedia sehingga banyak penggemar mengalami kerugian finansial karena tidak menerima *smartphone* yang telah mereka pesan. Kasus ini menunjukkan bahwa aktivitas digital yang dilakukan dalam konteks *fandom* dapat menciptakan peluang terjadinya viktimisasi dalam transaksi *online*. Penelitian ini menggunakan *Lifestyle Exposure Theory*. Teori ini menjelaskan bahwa pola aktivitas dan gaya hidup individu dapat memengaruhi tingkat paparan terhadap risiko kejahatan. Semakin sering individu terlibat dalam aktivitas tertentu, semakin besar peluang mereka untuk berinteraksi dengan situasi yang berpotensi menimbulkan viktimisasi. Berdasarkan perspektif tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana aktivitas *fandom* dan gaya hidup digital penggemar *K-Pop* berkontribusi terhadap kerentanan korban dalam kasus penipuan layanan penyewaan *smartphone* untuk kebutuhan konser.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk memahami pengalaman korban penipuan dalam layanan penyewaan *smartphone* untuk kebutuhan konser *K-Pop* serta menganalisis keterkaitannya dengan aktivitas digital dan gaya hidup penggemar. Penelitian berfokus pada kasus penipuan layanan penyewaan *smartphone* yang ditawarkan melalui akun media sosial @rzwonton pada tahun 2024. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria individu yang pernah menjadi korban penipuan layanan penyewaan *smartphone* untuk kebutuhan konser *K-Pop*. Data diperoleh melalui wawancara tidak terstruktur, studi dokumentasi digital, dan studi pustaka. Wawancara dilakukan untuk memperoleh pengalaman korban secara mendalam mengenai proses pencarian informasi, interaksi dengan pelaku, proses transaksi, hingga pengalaman menjadi korban. Dokumentasi digital digunakan untuk melengkapi data berupa tangkapan layar percakapan, unggahan media sosial, bukti transaksi, dan berbagai dokumen yang berkaitan dengan kasus penipuan.

Analisis data dengan cara pengkodean, yaitu data hasil wawancara kemudian dikodekan dan dikelompokkan berdasarkan tema-tema yang berkaitan dengan *Lifestyle Exposure Theory*. Kategori analisis meliputi aktivitas *fandom*, aktivitas digital, paparan risiko, kerentanan korban, dan proses viktimisasi. Analisis dilakukan secara bertahap untuk mengidentifikasi hubungan antara pola aktivitas penggemar dan risiko menjadi korban penipuan dalam layanan penyewaan *smartphone*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Praktik Penyewaan *Smartphone* di Kalangan Penggemar *K-Pop*

Fenomena penyewaan *smartphone* di kalangan penggemar *K-Pop* berkembang seiring meningkatnya intensitas konser dan kebutuhan untuk mendokumentasikan pengalaman menonton dengan kualitas yang lebih baik. Praktik yang sebelumnya dianggap tidak lazim mulai diterima sebagai bagian dari budaya konser di kalangan penggemar. Popularitas layanan ini meningkat bersamaan dengan tingginya antusiasme terhadap konser-konser *K-Pop* di Indonesia. Kebutuhan memperoleh hasil dokumentasi yang optimal mendorong semakin banyak penggemar memanfaatkan layanan tersebut. Penyewaan *smartphone* kemudian menjadi praktik yang semakin dikenal dan digunakan secara luas. Media sosial berperan penting dalam memperkenalkan, mempromosikan, dan memperluas penggunaan layanan penyewaan *smartphone*. Informasi mengenai jenis perangkat, jadwal konser, harga sewa, serta tata cara transaksi tersebar melalui unggahan dan interaksi antarpenggemar. Komunikasi antara penyedia layanan dan calon penyewa berlanjut melalui pesan pribadi untuk membahas rincian transaksi. Media sosial juga menjadi ruang bagi penggemar untuk berbagi pengalaman serta memberikan rekomendasi mengenai layanan yang digunakan. Keberadaan interaksi tersebut membentuk pola transaksi yang relatif seragam di antara berbagai penyedia layanan.

Praktik penyewaan *smartphone* memiliki mekanisme yang disepakati antara penyedia layanan dan penyewa. Proses transaksi mencakup komunikasi awal, pembayaran, penyerahan perangkat, pengembalian *smartphone*, pemindahan data hasil dokumentasi konser, serta penggunaan identitas sebagai jaminan. Jenis identitas yang digunakan sebagai jaminan tidak selalu sama dan dapat disesuaikan berdasarkan kesepakatan kedua pihak. Fleksibilitas dalam penggunaan jaminan menunjukkan bahwa mekanisme transaksi lebih banyak dibangun melalui kepercayaan dan negosiasi. Selain mekanisme penyewaan, harga sewa juga menjadi pertimbangan penting bagi penggemar dalam menggunakan layanan tersebut. Penggemar memiliki pemahaman bersama mengenai kisaran harga sewa yang dianggap wajar berdasarkan jenis perangkat yang dibutuhkan. Pengetahuan tersebut terbentuk melalui pertukaran informasi dan pengalaman antar penggemar di komunitas media sosial. Pengalaman yang dibagikan penggemar menghasilkan standar informal yang digunakan untuk menilai kewajaran harga yang ditawarkan penyedia layanan. Pemahaman mengenai harga tidak hanya membantu penggemar dalam memilih layanan, tetapi juga memperlihatkan adanya pengetahuan kolektif yang berkembang di dalam komunitas penggemar. Fenomena ini menunjukkan bahwa praktik penyewaan *smartphone* di kalangan penggemar *K-Pop* terbentuk melalui interaksi digital dan pengalaman yang dibagikan di media sosial.

Aktivitas Digital dan Dokumentasi Konser sebagai Bagian dari Pengalaman *Fandom*

Partisipasi penggemar *K-Pop* tidak hanya diwujudkan melalui konsumsi musik, tetapi juga melalui berbagai aktivitas yang memperkuat keterikatan mereka dengan idola, seperti membeli album, *merchandise*, dan menghadiri konser secara berulang. Kehadiran di konser menjadi bagian penting dari pengalaman sebagai penggemar dan memperoleh prioritas tersendiri. Temuan ini sejalan dengan penelitian Pujirahayu dan Noorrizki (2024) yang menjelaskan bahwa keterlibatan penggemar *K-Pop* diwujudkan melalui berbagai bentuk partisipasi, termasuk kehadiran dalam konser sebagai bagian dari identitas *fandom*. Namun, pengalaman konser tidak berhenti ketika konser tersebut berakhir, melainkan berlanjut melalui aktivitas di media sosial yang memungkinkan penggemar terus mengingat dan menikmati kembali momen yang telah mereka alami. Penggemar menyimpan, mengunggah, dan membagikan kembali momen yang mereka dapatkan selama konser berlangsung ke media sosial. Hubungan antara pengalaman konser dan aktivitas digital membuat keterlibatan dalam *fandom* terus berlanjut bahkan setelah konser berakhir.

Fancam menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari pengalaman konser karena dipandang sebagai cara untuk mengabadikan momen yang dianggap berharga. Rekaman tersebut tidak hanya berfungsi sebagai kenang-kenangan, tetapi juga membantu penggemar mengingat kembali berbagai momen yang sering kali terlewat akibat euforia selama konser berlangsung. Temuan ini sejalan dengan penelitian Zhang (2024) yang menyatakan bahwa *fancam* menjadi sarana untuk mempertahankan kedekatan emosional antara penggemar dan idola melalui proses menonton ulang dokumentasi konser. *Fancam* yang diunggah ke media sosial juga membuka ruang interaksi dengan sesama penggemar maupun dengan pengguna di luar komunitas *K-Pop*. Respons positif yang diterima membuat penggemar merasa pengalaman mereka dihargai dan diterima oleh orang lain. Aktivitas berbagi *fancam* akhirnya tidak sekadar menjadi sarana berbagi konten, tetapi juga menjadi cara untuk memperkuat identitas diri sebagai penggemar di ruang digital. Temuan penelitian ini memperkuat penelitian Sekarpratiwi dan Wibawanti (2025) yang menunjukkan bahwa *fancam* berfungsi sebagai media interaksi sosial sekaligus sarana membangun eksistensi dalam komunitas *fandom* digital.

Paparan terhadap berbagai *fancam* yang beredar di media sosial secara perlahan membentuk gambaran mengenai hasil dokumentasi yang dianggap ideal. Penggemar mulai memperhatikan kejernihan video, kemampuan *zoom*, hingga posisi tempat duduk saat konser. Kekaguman terhadap hasil *fancam* milik penggemar lain memunculkan keinginan untuk memperoleh kualitas yang serupa. Keinginan tersebut membuat proses mendokumentasikan konser semakin mendapatkan perhatian dan menjadi bagian yang sama pentingnya dengan menikmati penampilan idola secara langsung. Pengalaman konser kemudian tidak hanya diukur dari menonton idola di atas panggung, tetapi juga dari kemampuan mengabadikan momen tersebut dalam bentuk dokumentasi yang memuaskan mereka. Keinginan untuk mendapatkan hasil dokumentasi yang lebih baik mendorong penggemar untuk mencari berbagai cara yang dianggap dapat mendukung kebutuhan tersebut. Perhatian terhadap kualitas dokumentasi akhirnya semakin besar dan memengaruhi cara mereka memaknai pengalaman konser. Hal ini membentuk kebutuhan akan perangkat dengan kualitas kamera yang lebih baik untuk memenuhi ekspektasi tersebut. Layanan penyewaan *smartphone* menjadi alternatif yang memungkinkan bagi penggemar yang ingin memperoleh hasil *fancam* berkualitas tanpa harus membeli perangkat baru dengan harga yang jauh lebih mahal. Temuan ini menunjukkan bahwa perkembangan *fandom* digital turut membentuk pola konsumsi teknologi baru yang mendukung praktik dokumentasi dan partisipasi penggemar di media sosial.

Analisis Berdasarkan *Lifestyle Exposure Theory*

Dalam *Lifestyle Exposure Theory*, Hindelang *et al.* (1978) menjelaskan bahwa pola aktivitas yang dilakukan secara berulang membentuk cara individu menggunakan waktu, menyalurkan minat, serta memanfaatkan sumber daya yang dimiliki. Dalam penelitian ini, gaya hidup penggemar yang terbentuk tidak hanya ditunjukkan melalui ketertarikan terhadap budaya populer Korea Selatan, tetapi juga melalui rutinitas digital yang berpusat pada pengalaman konser dan terus berlanjut melalui keterlibatan di media sosial. Aktivitas yang dilakukan secara berulang tersebut membentuk orientasi yang kuat terhadap dokumentasi konser sehingga kualitas hasil rekaman menjadi bagian penting dalam pengalaman mereka sebagai penggemar. Perhatian yang semakin besar terhadap kualitas fancam membuat kebutuhan untuk memperoleh dokumentasi yang dianggap memuaskan semakin meningkat dan memengaruhi berbagai keputusan yang diambil menjelang konser.

Keinginan untuk menghasilkan rekaman dengan kualitas yang lebih baik mendorong penggemar mencari berbagai cara untuk meningkatkan kualitas dokumentasi yang dimiliki, tetapi keinginan tersebut tidak selalu didukung oleh sumber daya yang memadai. Sebagian penggemar masih menggunakan *smartphone* dengan kualitas kamera yang dianggap kurang mendukung, sedangkan sebagian lainnya menghadapi penurunan performa perangkat yang dimiliki. Harga *smartphone* dengan spesifikasi kamera yang lebih baik juga menjadi kendala yang membatasi kemampuan mereka untuk memenuhi kebutuhan tersebut untuk membeli perangkat baru. Hal ini menunjukkan bahwa keinginan untuk memperoleh dokumentasi konser yang berkualitas tidak selalu dapat diwujudkan sesuai dengan harapan mereka. Dalam *Lifestyle Exposure Theory*, kondisi yang membatasi pilihan individu dalam memenuhi kebutuhannya dipahami sebagai keterbatasan struktural (*structural constraints*) yaitu, kondisi sosial yang membatasi dan membentuk pilihan perilaku individu, sehingga tidak semua kebutuhan dapat dipenuhi secara bebas sesuai keinginan individu tersebut. Keterbatasan tersebut dapat berasal dari kondisi ekonomi, ketersediaan terhadap sumber daya, maupun berbagai faktor lain yang memengaruhi pilihan yang tersedia bagi individu. Dalam penelitian ini, keterbatasan kemampuan untuk membeli *smartphone* dengan kualitas kamera yang lebih baik membuat penggemar harus menyesuaikan cara memenuhi kebutuhan dokumentasi konser dengan sumber daya yang dimiliki. Pilihan yang diambil akhirnya tidak hanya mencerminkan keinginan pribadi, tetapi juga menunjukkan adanya batasan yang memengaruhi cara mereka memenuhi kebutuhan tersebut.

Penyesuaian terhadap keterbatasan tersebut terlihat melalui keputusan untuk menggunakan layanan penyewaan *smartphone*. Pilihan ini memungkinkan penggemar memperoleh akses sementara terhadap perangkat dengan kualitas kamera yang lebih baik tanpa harus mengeluarkan biaya sebesar pembelian *smartphone* baru. Dalam perspektif *Lifestyle Exposure Theory*, individu akan menyesuaikan perilakunya terhadap berbagai batasan yang ada agar tujuan yang diinginkan tetap dapat tercapai. Penyewaan *smartphone* menjadi bentuk adaptasi yang dilakukan penggemar untuk mempertahankan praktik dokumentasi konser yang telah menjadi bagian dari gaya hidup mereka. Pilihan tersebut tidak muncul secara tiba-tiba, tetapi merupakan respons atas keterbatasan ekonomi dan keterbatasan perangkat yang dimiliki. Kehadiran layanan penyewaan *smartphone* memperlihatkan bagaimana kebutuhan yang lahir dari aktivitas *fandom* mendorong munculnya bentuk konsumsi baru. Praktik ini memungkinkan penggemar tetap menjalankan aktivitas yang dianggap penting tanpa harus melakukan pengeluaran yang lebih besar. Adaptasi tersebut menunjukkan bahwa perilaku penggemar tidak dapat dipisahkan dari sumber daya yang tersedia bagi mereka.

Exposure to Risk

1. Kerentanan Temporal

Tingginya permintaan terhadap layanan penyewaan *smartphone* menjelang konser membuat ketersediaan *slot* menjadi semakin terbatas sehingga penggemar merasa harus segera mendapatkan perangkat yang dibutuhkan sebelum seluruh layanan terisi penuh. Kekhawatiran kehilangan kesempatan memperoleh *smartphone* mendorong mereka mengambil keputusan dalam rentang waktu yang semakin sempit dan mengurangi kesempatan untuk melakukan pencarian yang lebih dalam terhadap penyedia layanan yang lain. Seperti diungkapkan oleh salah satu informan:

“Aku juga salah sih, soalnya aku kayak kedesak waktu, takut gak dapet soalnya banyak tempat sewa yang udah *full*.”

Pengalaman tersebut juga memperlihatkan bahwa sebagian besar penyedia layanan telah kehabisan *slot* sehingga perhatian penggemar lebih diarahkan pada pencarian layanan yang masih tersedia dibandingkan pada pemeriksaan kredibilitas penyedia layanan yang ditemukan. Keinginan untuk mengamankan *smartphone* yang diinginkan sebelum konser berlangsung, membuat penggemar mengabaikan risiko yang mungkin akan terjadi. Kebutuhan untuk segera mengamankan *smartphone* yang diinginkan menyebabkan keputusan diambil dengan cepat dibandingkan mempertimbangkan risiko yang mungkin muncul. Tekanan waktu tersebut memperbesar kerentanan penggemar karena ruang untuk mempertimbangkan berbagai kemungkinan menjadi semakin terbatas. Rasa urgensi yang telah muncul akibat terbatasnya ketersediaan layanan semakin diperkuat oleh komunikasi pelaku yang secara aktif mendorong penggemar untuk segera melakukan pembayaran. Pelaku memanfaatkan kebutuhan yang dimiliki penggemar dengan memberikan kesan bahwa kesempatan memperoleh *smartphone* dapat beralih kepada orang lain apabila keputusan tidak segera diambil. Pengalaman tersebut tergambar dari pernyataan informan yang mengatakan:

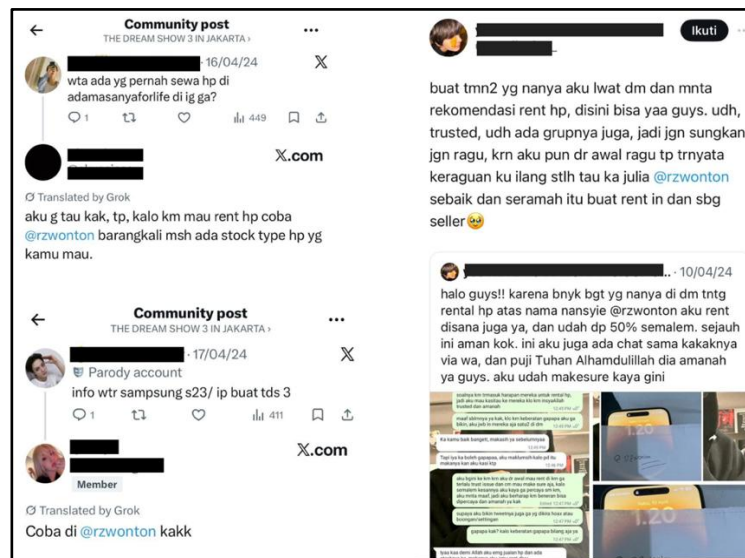
“Terus memang ternyata dia itu *nge-chat* aku terus, kak, ‘Aku oper ke yang lain’ gitu katanya. Disitu aku masih ragu tapi, belum aku bales, *nge-chat* lagi dia kak, karena aku ngerasa sudah dipepetin ya, kayak diburu-buruin. Jadinya yaudah deh aku langsung DP hari itu.”

Komunikasi yang menciptakan rasa terburu-buru membuat kesempatan untuk melakukan pertimbangan secara lebih kritis semakin berkurang. Perpaduan antara tingginya permintaan layanan dan strategi komunikasi yang membangun rasa urgensi memberikan peluang bagi pelaku untuk memanfaatkan kebutuhan yang sedang dihadapi penggemar. Kerentanan yang muncul tidak hanya berasal dari terbatasnya pilihan layanan, tetapi juga dari berkurangnya kesempatan untuk melakukan penilaian yang lebih cermat terhadap penyedia jasa yang dipilih. Pada akhirnya, keputusan transaksi lebih banyak didorong oleh ketakutan kehilangan kesempatan daripada oleh kewaspadaan terhadap kemungkinan terjadinya penipuan.

2. Kerentanan Kepercayaan

Meningkatnya kebutuhan terhadap layanan penyewaan *smartphone* menjelang konser membuat permintaan terhadap layanan tersebut semakin tinggi, sementara banyak penyedia layanan yang sudah penuh dipesan. Situasi ini mendorong penggemar memperluas pencarian ke berbagai akun lain di media sosial dengan perhatian yang lebih terarah pada ketersediaan perangkat dan harga yang masih dianggap sesuai daripada riwayat maupun kredibilitas penyedia layanan. Kebutuhan untuk memperoleh *smartphone* sebelum konser berlangsung juga membuat penggemar semakin bergantung pada informasi yang beredar di komunitas penggemar. Rekomendasi dari sesama penggemar dipandang sebagai sumber informasi yang paling relevan karena berasal dari individu yang memiliki pengalaman dan kebutuhan yang serupa. Proses pencarian tersebut berlangsung di media sosial dengan aktivitas *fandom* mereka sehingga penilaian terhadap risiko cenderung kurang diperhatikan.

Gambar 1. Rekomendasi akun penyewaan *smartphone* oleh sesama penggemar di media sosial X



Dalam *Lifestyle Exposure Theory*, individu cenderung berinteraksi dengan orang-orang yang memiliki karakteristik dan aktivitas yang serupa, sehingga informasi yang diterima banyak bersumber dari lingkungan sosial yang relatif homogen. Kesamaan tersebut membuat rekomendasi yang beredar secara berulang perlahan membentuk reputasi positif terhadap akun penyedia layanan. Penilaian yang berkembang lebih banyak didasarkan pada pengalaman yang dibagikan oleh anggota komunitas dibandingkan pada proses verifikasi yang dilakukan secara mandiri. Kepercayaan terhadap penyedia layanan semakin menguat melalui berbagai indikator yang dianggap mencerminkan kredibilitas akun, seperti tanda verifikasi, jumlah pengikut yang besar, aktivitas akun yang terlihat aktif, serta keberadaan grup penyewa yang memberikan kesan bahwa layanan tersebut dikelola secara profesional. Proses transaksi yang dijalankan pun menyerupai mekanisme penyewaan *smartphone* pada umumnya melalui penjelasan syarat dan ketentuan, permintaan data penyewa, penyediaan formulir, serta sistem pembayaran uang muka. Pelaku juga membangun komunikasi yang ramah, responsif, dan memberikan perhatian kepada calon penyewa sehingga hubungan yang terjalin terasa wajar dan nyaman. Interaksi yang berlangsung secara intens membuat penggemar tidak hanya mempercayai layanan yang ditawarkan, tetapi juga mempercayai sosok yang berada di balik layanan tersebut.

3. Kerentanan Perangkat yang di Inginkan

Daya tarik *smartphone* dengan spesifikasi yang lebih tinggi menjadi pertimbangan penting dalam pengambilan keputusan penggemar karena perangkat tersebut dipersepsikan mampu menghasilkan dokumentasi konser yang lebih memuaskan. Keinginan untuk mendapatkan *fancam* dengan kualitas yang lebih baik membuat penggemar tidak hanya membandingkan harga, tetapi juga memperhitungkan manfaat yang dapat diperoleh dari *smartphone* yang ditawarkan. *Smartphone* dengan spesifikasi yang lebih unggul bahkan dapat mengubah pilihan yang sebelumnya telah diarahkan kepada penyedia layanan lain yang dianggap lebih aman dan terpercaya. Pengalaman salah satu informan memperlihatkan bahwa ia sempat melakukan pemesanan pada penyedia lain, tetapi mulai mempertimbangkan akun @rzwonton setelah menemukan bahwa *smartphone* yang ditawarkan memiliki spesifikasi yang lebih tinggi dengan harga yang relatif sebanding. Informan mengungkapkan:

“...nah, kebetulan kemarin si ‘wonton-wonton’ itu tuh *available* dan harga itu masih oke. Aku awalnya tuh udah nggak kepikiran untuk mau *booking* di dia

kan. Karena aku tuh udah *booking* di tempat lain, di Malang... tapi ternyata pas aku cari tahu lagi si 'wonton' ini tuh dia harganya mirip sama tempat yang aku sewa di Malang. Tapi tuh speknya tuh lebih bagus di atas HP yang aku mau *rent*."

Daya tarik *smartphone* yang ditawarkan membuat perhatian penggemar semakin terpusat pada manfaat yang diharapkan dari perangkat tersebut. Penilaian terhadap layanan tidak semata-mata didasarkan pada apakah penyedia jasa dapat dipercaya, tetapi juga pada keyakinan bahwa perangkat tersebut mampu memenuhi harapan mereka terhadap kualitas dokumentasi konser. Keinginan untuk mendapatkan hasil *fancam* yang lebih baik membuat manfaat yang dibayangkan dari perangkat tersebut terasa lebih besar, sementara kemungkinan terjadinya risiko kurang diperhatikan. Bahkan, keinginan untuk memperoleh *smartphone* yang dianggap paling ideal membuat penggemar tetap melanjutkan transaksi meskipun telah menemukan beberapa tanda kecurigaan yang sebenarnya telah mereka sadari sejak awal. Salah satu informan mengakui:

"Sebenarnya pas cek *background*, aku tuh udah ngerasa mencurigakan. Tapi banyak yang sewa. Jadi aku kayak, 'coba aja kali ya', Jadi tetep aku *rent*."

Pengakuan tersebut menunjukkan bahwa munculnya kecurigaan tidak secara otomatis menghentikan keputusan untuk bertransaksi, karena perhatian penggemar lebih terpusat pada manfaat yang diharapkan dari *smartphone* yang ditawarkan. Keinginan untuk mendapatkan hasil dokumentasi yang lebih baik membuat berbagai tanda kewaspadaan menjadi kurang diperhatikan. Keinginan untuk mendapatkan *smartphone* yang dianggap mampu memenuhi kebutuhan dokumentasi konser membuat manfaat yang diharapkan terlihat lebih menjanjikan dibandingkan potensi kerugian yang mungkin terjadi. Perhatian terhadap berbagai tanda yang menimbulkan rasa kecurigaan pun semakin berkurang. Pada akhirnya, kerentanan muncul ketika keinginan untuk mendapatkan hasil *fancam* yang lebih memuaskan membuat penggemar tetap mempertahankan keputusan mereka untuk bertransaksi, meskipun sejak awal telah muncul tanda-tanda yang seharusnya dapat memunculkan kecurigaan.

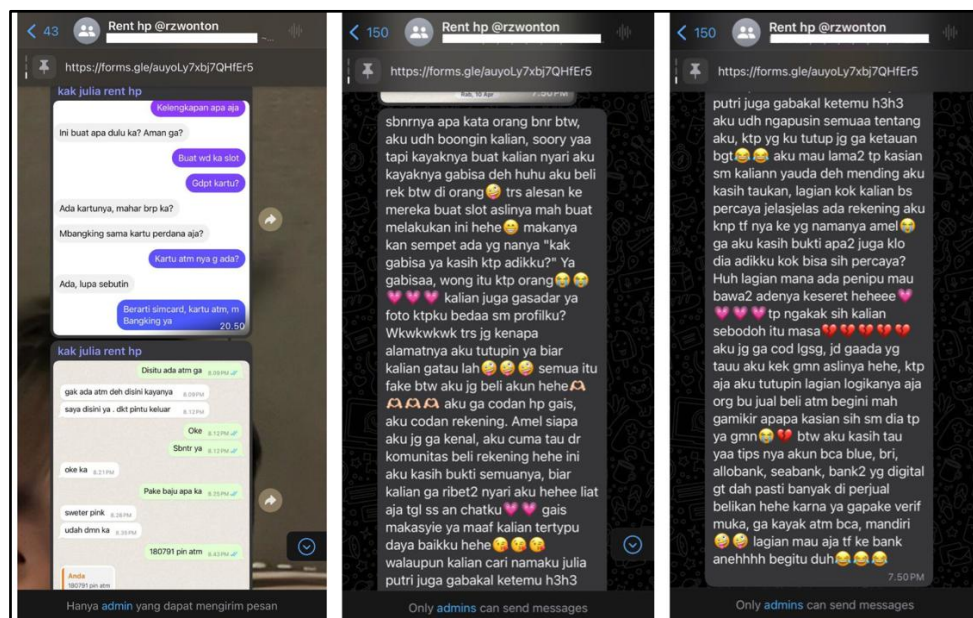
Victimization dalam Layanan Penyewaan Smartphone

Keterlibatan penggemar dalam aktivitas *fandom* membuat mereka memperoleh informasi mengenai layanan penyewaan *smartphone* melalui interaksi dengan sesama penggemar di media sosial. Rekomendasi yang beredar di komunitas mempertemukan penggemar dengan akun @*rwonton* yang dianggap sebagai penyedia layanan yang dapat dipercaya. Setelah menerima berbagai testimoni dan pengalaman positif dari anggota penggemar lain, penggemar melanjutkan komunikasi hingga tahap transaksi. Dalam *Lifestyle Exposure Theory*, individu yang cenderung berinteraksi dengan orang-orang yang memiliki karakteristik dan aktivitas yang serupa, serta semakin luas interaksi di luar lingkungan keluarga maka semakin besar peluang untuk bertemu dengan pelaku potensial. Paparan terhadap pelaku dalam penelitian ini tidak muncul secara kebetulan, melainkan melalui hubungan sosial yang terbentuk dari aktivitas rutin di dalam komunitas penggemar dan aktivitas digital mereka pada media sosial. Kesamaan minat dan pengalaman membuat rekomendasi dari sesama penggemar memperoleh tingkat kepercayaan yang tinggi sehingga memperbesar peluang terbentuknya hubungan dengan pihak yang kemudian diketahui sebagai pelaku penipuan. Risiko viktimisasi akhirnya berkembang melalui pola interaksi yang telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari penggemar di ruang digital.

Viktimisasi yang dialami penggemar sebagai korban penipuan, tidak dapat dipahami sebagai akibat dari kelalaian individu semata, tetapi berkaitan dengan kemampuan pelaku dalam membangun citra yang meyakinkan. Rasa percaya yang berkembang selama proses komunikasi membuat penggemar tidak hanya mempercayai layanan yang ditawarkan, tetapi juga mempercayai sosok yang berada di balik penyedia layanan tersebut. Kepercayaan tersebut kemudian dimanfaatkan pelaku untuk memperoleh keuntungan finansial. Keyakinan penggemar terhadap layanan mulai bergeser ketika informasi baru beredar di dalam grup *chat* penyewaan tersebut dan menimbulkan rasa kecurigaan mengenai kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi permintaan yang ada. Bertambahnya anggota grup dalam waktu singkat serta unggahan yang mempertanyakan kredibilitas akun @*rwonton* membuat penggemar mulai meninjau ulang kepercayaan yang sebelumnya sudah terbentuk. Kecurigaan tersebut kemudian

memperoleh kepastian ketika pelaku mengakui bahwa layanan penyewaan *smartphone* tidak pernah ada dan identitas yang digunakan dalam transaksi bukan identitas asli.

Gambar 2. Bukti pengakuan pelaku dalam grup penyewaan *smartphone*



Pengakuan ini memperjelas bahwa seluruh rangkaian transaksi dan komunikasi yang sebelumnya tampak meyakinkan sebenarnya merupakan bagian dari strategi penipuan. Pada tahap ini, penggemar menyadari bahwa kepercayaan yang telah dibangun dimanfaatkan untuk keuntungan pelaku. Viktimisasi terjadi ketika pelaku secara terbuka mengakui bahwa layanan penyewaan *smartphone* yang ditawarkan merupakan penipuan. Pengakuan tersebut menegaskan bahwa layanan yang dijanjikan tidak pernah benar-benar ada dan dana yang telah disetorkan oleh para korban tidak akan dikembalikan. Pelaku juga mengungkapkan bahwa identitas dan rekening yang digunakan bukan merupakan identitas asli, sehingga menyulitkan korban untuk melakukan pelacakan. Temuan ini menunjukkan bahwa para korban baru menyadari telah mengalami penipuan setelah seluruh proses interaksi, komunikasi, dan transaksi berlangsung.

Dalam perspektif *Lifestyle Exposure Theory*, bahwa peluang seseorang menjadi korban terbentuk dari gaya hidup, pola aktivitas, dan relasi sosial yang dijalankan secara berulang. Keterlibatan aktif dalam *fandom* menjadikan media sosial bukan hanya ruang hiburan, tetapi juga pusat informasi dan tempat membangun relasi dengan sesama penggemar. Ketika rekomendasi dari sesama penggemar menjadi rujukan utama, penggemar lebih mudah terhubung dengan pihak yang sebenarnya memanfaatkan kebutuhan dan kepercayaan yang sudah terbentuk di dalam lingkungan tersebut. Aktivitas yang tampak sederhana seperti mencari informasi, bergabung dalam grup penyewaan, dan berinteraksi dengan sesama penggemar ternyata memperluas paparan

terhadap pihak yang berpotensi melakukan penipuan. Dalam *Lifestyle Exposure Theory*, risiko tidak muncul dari tindakan yang menyimpang secara langsung, tetapi dari rutinitas dan pola interaksi yang dianggap wajar dalam kehidupan sehari-hari. Pelaku kemudian memanfaatkan kedekatan sosial dan kesamaan identitas sebagai sesama penggemar untuk membangun rasa aman dan menurunkan kewaspadaan korban. Viktimisasi dalam penelitian ini, tidak berdiri sebagai peristiwa yang tiba-tiba, melainkan berkembang dari keterhubungan antara gaya hidup *fandom*, pola interaksi di ruang digital, dan strategi pelaku dalam memanfaatkan kepercayaan yang tumbuh di dalam komunitas. Risiko tersebut muncul dari aktivitas yang secara sosial dianggap wajar dan berulang, namun pada saat yang sama menciptakan paparan terhadap potensi kejahatan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa penyewaan *smartphone* telah menjadi bagian dari praktik *fandom K-Pop* yang berkaitan dengan kebutuhan dokumentasi konser. Aktivitas *fandom* yang dilakukan melalui media sosial menjadikan ruang digital sebagai sumber utama informasi dan transaksi layanan penyewaan *smartphone*. Berdasarkan *Lifestyle Exposure Theory*, aktivitas digital penggemar berkontribusi terhadap peningkatan paparan risiko penipuan. Interaksi yang intens dalam komunitas *fandom*, ketergantungan terhadap rekomendasi sesama penggemar, serta transaksi yang dilakukan melalui media sosial memperbesar peluang individu bertemu dengan pelaku penipuan. Penelitian ini juga menemukan tiga bentuk kerentanan utama, yaitu kerentanan temporal, kerentanan kepercayaan, dan kerentanan digital yang mempermudah proses viktimisasi korban. Temuan ini menunjukkan bahwa viktimisasi tidak terjadi secara acak, melainkan berkaitan dengan pola aktivitas dan gaya hidup digital yang dijalani penggemar *K-Pop*.

Saran

Penggemar *K-Pop* perlu meningkatkan kewaspadaan dengan melakukan verifikasi yang lebih mendalam terhadap identitas dan kredibilitas penyedia layanan sebelum melakukan transaksi. Komunitas penggemar juga dapat berperan dalam membangun sistem berbagi informasi mengenai akun atau penyedia layanan yang bermasalah untuk meminimalkan risiko viktimisasi. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat mengembangkan kajian mengenai viktimisasi digital dalam komunitas *fandom* dengan melibatkan jumlah informan yang lebih besar atau menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur tingkat risiko dan kerentanan korban.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2024, February 07). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. APJII. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Bremanda, M., & Pratomo, Y. (2025, May 5). *Indonesia Negara Paling "Rajin" Internetan di HP Sedunia*. Kompas. <https://tekno.kompas.com/read/2025/05/05/11040017/indonesia-negara-paling-rajin-internetan-di-hp-sedunia?page=all>
- Hanifah, A. N., & Kusuma, R. S. (2025). *Perilaku Komunikasi Penggemar Konser Kpop Yang Mengalami Post Concert Depression Di X*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Harahap, S. (2025, October 7). *98% Publik Indonesia Akses Internet Lewat Handphone, Tertinggi di Dunia*. Good Stats. <https://goodstats.id/article/indonesia-jadi-negara-pengakses-internet-lewat-handphone-terbanyak-sedunia-tQrcr>
- Hindelang, M., Gottfredson, M., & Garofalo, J. (1978). *Victims of Personal Crime: An Empirical Foundation For a Theory of Personal Victimization*. Ballinger Publishing Company.

- Insyani, V. (2025). *Maraknya Tren Sewa Smartphone untuk Konser: Jenis HP, Harga hingga Jaminan*. Uzone.Id. <https://uzone.id/amp/marak-tren-sewa-smartphone-untuk-konser-jenis-hp-harga-hingga-jaminan>
- Ratnabumi, L. N. W., & Sawitri, D. A. D. (2025). Perlindungan Dan Pertanggungjawaban Hukum Terhadap Wanprestasi Sewa-Menyewa Smartphone Pada Konser Berdasarkan Hukum Positif Di Indonesia. *Jurnal Kertha Desa*, 13(12), 1347–1357.
- Retalia, Soesilo, T. D., & Irawan, S. (2022). Pengaruh Penggunaan Smartphone Terhadap Interaksi Sosial Remaja. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 2, 139–149.
- Pujirahayu, F., & Noorizki, R. (2024). Perilaku Konformitas Anggota Komunitas Penggemar K-Pop. *Jurnal Flourishing*, 7(4), 288-295.
- Sekarpratiwi, R. V., & Wibawanti, V. T. (2025). Fan, Fancam, Dan Interaksi Pasca-Konser Melalui Pengunggahan Konten Fancam Di Tiktok. *Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora (KAGANGA)*, 8(5).
- Sugiarti, U. (2025, February 10). *Mayoritas Generasi Z Menghabiskan Waktu Luang dengan Media Sosial*. Good Stats. <https://goodstats.id/article/mayoritas-generasi-z-menghabiskan-waktu-luang-dengan-media-sosial-KT9NM>
- Sriyono, & Mardiyati, S. (2024). Dampak Penggunaan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terhadap Kehidupan Sosial. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(4). <https://doi.org/10.31000/sinamu.v4i1.7894>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta Bandung.
- Zhang, M. (2024) Fandom Image Making and the Fan Gaze in Transnational K-Pop Fan Cam Culture. *Transformative Works and Culture*, 42.