

FANDOM K-POP IDOL DAN MEDIA SOSIAL

(Studi Deskriptif Kualitatif tentang Penggunaan Media Sosial Twitter pada Hottest Indonesia sebagai Followers Fanbase @taeckhunID, @2PMindohottest dan Idol Account @Khunnie0624)



Oleh:

Rizka Fauziah

D1212062

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Mencapai
Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Politik
Program Studi Ilmu Komunikasi

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS SEBELAS MARET

SURAKARTA

2015

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul:

FANDOM K-POP IDOL DAN MEDIA SOSIAL

(Studi Deskriptif Kualitatif tentang Penggunaan Media Sosial Twitter pada

Hottest Indonesia sebagai Followers Fanbase @taeckhunID,

@2PMindohottest dan Idol Account @Khunnie0624)

Karya

Nama : Rizka Fauziah

NIM : D1212062

Telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan panitia ujian skripsi

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta, September 2015

Pembimbing



Diah Kusumawati S.Sos., M.Si.,

NIP.19760101 200812 2 002

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan disahkan oleh Panitia Penguji Skripsi

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

Hari : Selasa

Tanggal : 8 Desember 2015

Panitia Penguji:

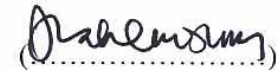
Ketua : Drs. Hamid Arifin M. Si
NIP. 196005171988031002



Sekretaris : Ch. Heny Dwi Surwati S.Sos, M.Si.
NIP. 197612222002122002



Penguji : Diah Kusumawati S.Sos., M.Si.,
NIP.19760101 200812 2 002



Mengetahui,

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

Dekan



Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni M.Si
NIP. 19610825 198601 2 001

PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rizka Fauziah

NIM : D1212062

Tanggal : September 2015

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

FANDOM K-POP IDOL DAN MEDIA SOSIAL

(Studi Deskriptif Kualitatif tentang Penggunaan Media Sosial Twitter pada

Hottest Indonesia sebagai Followers Fanpage @taeckhunID,

@2PMindohottest dan Idol Account @Khunnie0624)

Telah dibuat untuk melengkapi sebagai pernyataan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sebelas Maret Surakarta. Sejauh yang saya ketahui, skripsi ini bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari publikasi lainnya. dalam skripsi ini, jika ada kutipan dari pakar atau peneliti lainnya, sudah disebutkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Surakarta, September 2015

MOTTO

*“If you don’t build your dream, someone else will hire you to build theirs.”
(Nichkhun Buck Horvejkul)*

*“Sometimes you just got to be strong. It may hurt and you may shed a few tears,
but everything is going to be alright.”
(Azgraybebly Josland)*

“Just because you took longer than others doesn’t mean you failed”

PERSEMBAHAN



Bapak Saban, Mama Rika

Rara, Salas, Rere

serta seluruh keluarga Sholisun Js

juga Dordor

atas doa, dukungan dan semangat serta motivasi yang diberikan.

commit to user

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas Kehadirat Allah SWT yang telah memberikan berkah, rahmat, karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul **FANDOM K-POP IDOL DAN MEDIA SOSIAL “Penggunaan Media Sosial Twitter pada Hottest Indonesia sebagai Followers Fanbase @taeckhunID, @2PMindohottest dan Idol Account @Khunnie0624”**.

Tantangan, hambatan, suka, dan duka banyak dialami oleh penulis dalam penulisan skripsi ini. Penulis memiliki harapan bahwa skripsi ini dapat menambah wawasan bagi pembaca mengenai penggunaan media sosial twitter bagi fandom. Sepenuhnya penulis menyadari bahwa ada begitu banyak perhatian dan bantuan yang penulis terima selama proses pengerjaan skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada pihak-pihak yang ikut terlibat baik secara langsung ataupun tidak, antara lain:

- 1) Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret.
- 2) Diah Kusumawati, S.Sos. M.Si. selaku dosen pembimbing atas semua kesabaran dalam membimbing penulis. Atas waktu untuk membimbing dan memberikan ilmunya kepada penulis selama penyusunan skripsi,
- 3) Sri Hastjarjo, S.Sos., Ph. D selaku kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret.
- 4) Nora Lailatul A, S.Sos., M. LMed,Hons selaku pembimbing akademik

commit to user

- 5) Bapak dan Ibu dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang selama ini telah memberikan ilmu dan bimbingan selama masa perkuliahan
- 6) Ka Gladyz, Zara, dan teman-teman anggota Hottest Indonesia yang bersedia menjadi narasumber dan bersikap kooperatif selama penelitian.
- 7) Kedua orangtua yang sangat saya cintai dan hormati, Bapak Saban dan Mama Rika atas kasih sayang, dukungannya yang tidak mungkin tergantikan.
- 8) Ketiga adik yang saya sayangi, Rara, Salas, Rere. Terimakasih untuk selalu bertanya “Mba Riri udah ngerjain skripsi? Kapan selesainya?”, itu menjadi semangat yang sangat berarti.
- 9) Seluruh keluarga Sholisun Js atas dukungan moril dan materil yang diberikan.
- 10) Sahabat-sahabat terbaik, Dori, Oyen, Mas Adit, Dedy Aceh, Indri, Dewi, Dian, Wiwin, Siwi, Mita, Nuri atas sharing, canda tawa dan dukungan yang diberikan.
- 11) Teman-teman Komunikasi non regular 2012, terimakasih atas kepercayaan, loyalitas dan kekerabatannya. Terima kasih telah berjuang bersama.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, walaupun demikian penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat. Amin.

Surakarta, September 2015

Rizka Fauziah

RIZKA FAUZIAH. D1212062. FANDOM K-POP IDOL DAN MEDIA SOSIAL (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Penggunaan Media Sosial Twitter pada Hottest Indonesia sebagai Followers Fanbase @taeckhunID, @2PMindohottest dan Idol Account @Khunnie0624). Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret, Surakarta 2015.

Penggunaan media sosial menjadi fenomena baru di Indonesia, semua kalangan menggunakan media sosial termasuk fandom. Media sosial *Twitter* merupakan salah satu media sosial yang cukup populer dikalangan *fandom*. Maraknya akun-akun *K-Pop* dan bisa menjadikan topik tertentu menjadi *Trending Topic World Wide* di *Twitter* serta mampu berinteraksi dengan sesama penggemar dan idolanya menjadi alasan *Twitter* dipilih oleh *fandom*. Fenomena itu mendorong penulis untuk mengetahui bagaimana fans secara aktif menggunakan media sosial twitter. Secara spesifik, untuk mengetahui apa saja aktivitas yang dilakukan Hottest Indonesia di twitter sebagai followers fanbase @taeckhunID, @2PMindohottest dan idol account @Khunnie0624.

Penggemar, menurut Jenkins, adalah pemburu yang ingin menghasilkan apa yang mereka butuhkan sebagai fondasi bagi sebuah komunitas kultural alternative. Para penggemar bersatu dalam fandom yaitu istilah yang digunakan untuk merujuk pada sebuah subkultur yang dibangun oleh para penggemar yang memiliki ketertarikan yang sama. Dalam *cyber fandom*, penggemar datang bersama-sama untuk berbagi kepentingan produksi mereka dan menciptakan komunitas virtual dan budaya. Hal inilah yang membedakan penggemar dalam menggunakan media massa.

Pengumpulan data menggunakan metode observasi dan wawancara. Metode observasi dilakukan dengan mengamati aktivitas-aktivitas di *twitter* meliputi teks dan foto milik akun *fanbase* dan akun informan. Sedangkan metode wawancara dilakukan untuk memberikan jawaban yang tidak bisa dilihat melalui pengamatan, menambah keyakinan serta sebagai teknik triangulasi data. Wawancara dilakukan dengan 4 informan yang terpilih melalui teknik *purposive sampling*.

Dari hasil penelitian diperoleh bahwa penggunaan media sosial *twitter* menjadi sarana bagi fandom untuk menunjukkan emosi seperti kecintaan, kepedulian, dan seterusnya terhadap idolanya. Hal itu ditunjukkan melalui aktivitas di akun *twitter*nya meliputi *update-an tweets* sebagai fans yang penerima informasi, mencari informasi dan sumber informasi, berbagi gambar, video, berita terbaru tentang *fandom* dan idolanya, fans memiliki akun identitas virtual, interaksi melalui *mentions* dengan sesama penggemar dan idolanya, membuat *fan project*, *fan art* dan *fan edit*.

Kata Kunci: Penggunaan media, *twitter*, *fandom*

ABSTRACT

RIZKA FAUZIAH. D1212062. FANDOM KPOP IDOL AND SOCIAL MEDIA (A Qualitative Descriptive Study on the Use of Social Media Twitter of Fandom Hottest Indonesia as Followers Fanbase @taeckhunID, @2PMindohottest and Idol Account @Khunnie0624). Thesis. Communication Science Department, Social and Political Sciences Faculty, Sebelas Maret University (UNS), Surakarta, 2015.

The use of social media became a new phenomenon in Indonesia, all people using social media including fandom. Social media Twitter is one of social media which is quite popular among fandom. The rise of the accounts of K-Pop and could make a particular topic into World Wide Trending Topic on Twitter and be able to interact with fellow fans and his idol is the reason Twitter chosen by fandom. The phenomenon prompted the authors to know how the fans are actively using social media twitter. Specifically, to find out what activities are done in twitter as followers fan base @taeckhunID, @2pmindohottest and idol account @Khunnie0624.

Fans, according to Jenkins, is a hunter who wants to produce what they need as a foundation for an alternative cultural community. Fans unite in the fandom that term to refer to a subculture built by enthusiasts who have the same interests. In cyber-fandom, fans came together for the interests of their production and creating virtual communities and cultures. This is what distinguishes fans of using the mass media.

For the method of data collection used interviews and observations. Observation method is done by observing the activities on twitter includes text and photos fan base account and the account belongs to the informant. While the methods of interviews were conducted to give an answer that can not be seen through the observation, adds confidence as well as data triangulation technique. Interviews were conducted with four informants were selected through purposive sampling technique.

The result showed that the twitter become a means for fandom to show emotions such as love, concern, and so against his idol. This was demonstrated by the activity on twitter account includes update of tweets as fans recipients of information, looking for information and resources, share pictures, video and share latest news about fandom and his idol, fans have an account with virtual identity, interaction via mentions with fellow fans and his idol, making the fan project, fan art and fan edit.

Keywords: The use of media, twitter, fandom

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINILITAS.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
E. Tinjauan Pustaka	11
1. Komunikasi	11
2. Komunikasi Massa.	13
3. Media Baru	17
3.1. Media Sosial.....	19
3.2. Twitter.....	22
4. Fandom	25
F. Penelitian Terkait	30

G. Kerangka Berpikir	33
H. Metodologi Penelitian	34
1. Jenis Penelitian	34
2. Teknik Sampling	35
3. Teknik Pengumpulan Data	38
1. Observasi.....	38
2. Wawancara.....	38
4. Validitas Data	39
5. Analisis Data	40
 BAB II. DESKRIPSI SUBJEK PENELITIAN	
A. Twitter	45
1. Sejarah Twitter	45
2. Fitur-fitur Twitter	48
3. Kelebihan Twitter	51
B. Fandom	51
C. Fandom Hottest Indonesia	52
D. Data Informan.....	54
 BAB III. PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TWITTER PADA HOTTEST INDONESIA	
A. Aktivitas Akun Twitter Followers Fanbase dan Idol Account berkaitan dengan kegiatan fandom	57
1. Penggemar sebagai penerima dan pencari informasi.....	57
2. Penggemar sebagai sumber informasi	63
3. Virtual Identity.....	70
4. Interaksi dengan 2PM.....	76

5. Interaksi dengan sesama Hottest.....	82
6. Fan project.	87
7. Fan Art.....	97
BAB IV. PENUTUP	
A. Kesimpulan	100
B. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN.....	106



Nama Gambar	Halaman
Gambar 1 Tweets dalam akun pribadi member 2PM yang ditujukan Kepada Hottest Indonesia.....	8
Gambar 2 Tweet informasi yang dibagikan oleh akun twitter @follow_2PM untuk Hottest	58
Gambar 3 Capture tweet akun @Gladyzkhun yang mencari informasi tentang konser 2PM.....	60
Gambar 4 Capture tweet akun @taec_cool yang mencari informasi tentang konser 2PM	60
Gambar 5 Contoh tweet kegiatan fangirling Hottest Indonesia melalui akun @GladyzKhun, @raradrs, @zara0624	64
Gambar 6 Tweets dari Fan Account, salah satu Hottest Indonesia yang bertemu 2PM di Bandara Incheon Korea dan satu pesawat ke Indonesia bersama 2PM	66
Gambar 7 Contoh live tweet yang streaming ssaat 2PM Go Crazy World Tour in Hongkong Februari 2015 dan Solo Tour Jang Wooyoung R.O.S.E.....	68
Gambar 8 Contoh tweet fangirling yang menggunakan kredit (cr)	69
Gambar 9 Header picture, avatar, username hingga biografi siangkat dari akun twitter pribadi yang melakukan fangirling	73
Gambar 10 Isi timeline twitter akun pribadi @raradrs dan @zara0624 yang melakukan fangirling, terlihat jelas bahwa tweets-nya bercampur dengan tweet kehidupan sehari-harinya.....	70
Gambar 11 Profile Akun Twitter Fangirling milik @Gladyzkhun.....	74
Gambar 12 Profile Twitter akun fangirling milik @taec_cool.	75
Gambar 13 Contoh tweets dari Hottest yang ditujukan untuk idolanya..	76
Gambar 14 Akun Twitter Official milik Nichkhun 2PM (@Khunnie0624)	79
Gambar 15 Capture tweet Nichkhun fan talk dengan Hottest di twitter (1).	80
Gambar 16 Capture tweet Nichkhun fan talk dengan Hottest di twitter (2).	80

Gambar 17	Contoh Interaksi: Percakapan sesama Hottest tentang konser 2PM.	83
Gambar 18	Contoh Interaksi: Percakapan sesama Hottest tentang penampilan/ performance.	84
Gambar 19	Contoh Interaksi: Percakapan sesama Hottest tentang fandom Hottest.....	85
Gambar 20	Contoh Interaksi: Percakapan dengan sesama Hottest dengan topic lainnya..	86
Gambar 21	Salah satu hastag #KhunnieDay trending topic yang berhasil dibuat Hottest pada saat member 2PM, Nichkhun berulang tahun.....	87
Gambar 22	Hastag #KhunnieDay menjadi Trending topic di beberapa Negara saat Hottest merayakan ulang tahun member 2PM, Nichkhun di twitter	87
Gambar 23	Poster project anniversary 2PM ke-6 yang dibagikan di twitter.	90
Gambar 24	Fan project dari @2pmindohottest dalam menyebarkan info project di twitter.....	90
Gambar 25	Hasil jadi project Hottest Indonesia dalam rangka anniversary 2PM ke-6.	91
Gambar 26	Tweets fan project konser 2PM Go Crazy in Jakarta yang dipromosikan melalui twitter	91
Gambar 27	Tweets bukti kesuksesan fan project konser 2PM Go Crazy in Jakarta.....	92
Gambar 28	Retweet dan Isi Berita tentang Junho yang menyadari project dari Hottest Indonesia di twitter	93
Gambar 29	Project Rice Wreath dari Hottest Indonesia.	95
Gambar 30	Tweet Promosi Project Rice Wreath untuk Drama terbaru 2PM Taecyeon oleh @taeckhunID.....	95
Gambar 31	Rice Wreath yang dikirimkan Indonesian Hottest via @taeckhunID untuk drama terbaru 2PM Taecyeon	96
Gambar 32	Contoh fan art yang dibuat oleh Hottest (@jejelynn).	97
Gambar 33	Contoh foto edit yang dibagikan Hottest di twitter.....	98

- Lampiran 1 *Koding Capture Tweets*
- Lampiran 2 *Interview Guide*
- Lampiran 3 *Transkrip Wawancara*

