

SKRIPSI

**PERILAKU FANATISME K-POPER S PADA AKUN
KOMUNITAS DAN PENGGEMAR BTS DI INSTAGRAM**



OLEH:

**HANISA
NIM: 19.3100.028**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2024 M/1445H

**PERILAKU FANATISME K-POPERs PADA AKUN KOMUNITAS
DAN PENGGE MAR BTS DI INSTAGRAM**



OLEH

HANISA

NIM: 19.3100.028

Skripsi Sebagai salah satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan
Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2024 M/1445H

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Perilaku Fanatisme K-Popers pada Akun
Komunitas dan Penggemar BTS di Instagram

Nama Mahasiswa : Hanisa

NIM : 19.3100.028

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
No. B-1668/In.39/FUAD.03/PP.00.9/06/2023.

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Nurhakki, M.Si. 

NIP : 197706162009122001

Pembimbing Pendamping : A. Dian Fitriana, M.I.Kom. 

NIDN : 2030039002

Mengetahui:

Dekan,

Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah



Dr. A. Nurhidam, M.Hum
NIP 196412311992031045

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Perilaku Fanatisme K-Popers pada Akun
Komunitas dan Penggemar BTS di Instagram

Nama Mahasiswa : Hanisa

NIM : 19.3100.028

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Dasar Penetapan Penguji : SK. Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
No. B-1668/In.39/FUAD.03/PP.00.9/06/2023.

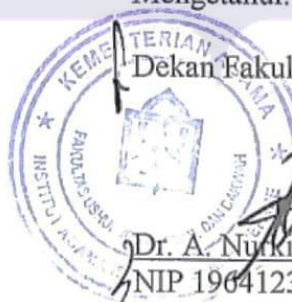
Tanggal Kelulusan : 24 Januari 2024

Disetujui Oleh:

Nurhakki, M.Si.	(Ketua)	(.....)
A. Dian Fitriana, M.I.Kom.	(Sekretaris)	(.....)
Dr. Ramli, S.Ag., M.Sos.I.	(Anggota)	(.....)
Muh. Taufiq Syam M. Sos.	(Anggota)	(.....)

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah


Dr. A. Nurkidam, M.Hum
NIP 196412311992031045

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

أَلْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَ الصَّلَاةُ وَ السَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَ عَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ، أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. Berkat hidayah rahmat taufik dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan yang berjudul “Perilaku Fanatisme K-Popers pada Akun Komunitas dan Penggemar BTS di Instagram”. Salawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada baginda tercinta kita, Nabi besar Muhammad Saw yang telah membawa kita dalam alam jahiliah ke alam yang penuh ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan saat ini.

Penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada ayahanda Hardi dan ibunda Pakkawaru tercinta serta saudara-saudara tersayang, beserta seluruh keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada penulis sehingga mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik.

Penulis mengucapkan terima kasih terkhusus kepada ibu Nurhakki, M.Si selaku pembimbing utama dan juga ibu A. Dian Fitriana, M.I.Kom selaku pembimbing pendamping, yang tidak henti hentinya membimbing saya agar dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari banyaknya pihak yang telah memberikan dukungan, baik yang berupa moral maupun material.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penyusun mengucapkan rasa terima kasih

kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, MA. Selaku Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras dalam mengelola pendidikan di IAIN Parepare dan memperhatikan kinerja kami dalam berkiprah di lembaga kemahasiswaan, demi kemajuan IAIN Parepare.
2. Bapak Dr. A. Nurkidam., M.Hum. Sebagai dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah atas pengabdian beliau sehingga tercapainya suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa
3. Ibu Nurhakki, S.Sos, M.Si. Selaku ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah meluangkan waktunya dalam mendidik penulis selama berada di IAIN Parepare.
4. Bapak Afidatul Asmar, M.Sos. selaku Dosen Penasehat Akademik (PA) yang telah meluangkan waktunya dan memberikan arahan dalam mendidik penulis selama berada di IAIN Parepare.
5. Kepala perpustakaan dan jajaran pegawai perpustakaan IAIN Parepare yang telah melayani dan memudahkan penulis dalam mencari referensi yang berkaitan dengan judul penelitian.
6. Seluruh pegawai dan staf yang bekerja pada lembaga IAIN Parepare yang telah membantu dalam penyelesaian studi penulis.
7. Terima kasih kepada keluarga terutama Bapak (Hardi) dan Mama (Pakkawaru) dan Tante (Hadawia) yang telah menjadi alasan saya sehingga masih tetap semangat dan menyelesaikan studi di IAIN Parepare.
8. Kepada para sahabat “Ma_bestai” yaitu Uci Syarif, Murnawati, Sakina dan St. Hajar yang senantiasa menemani saya dalam setiap proses yang saya

lewati selama berkuliah di IAIN Parepare.

9. Semua teman-teman seperjuangan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2019 atas kebersamaan, dukungan serta kerjasamanya.
10. Kepada member BTS, Kim Namjoon, Kim SeokJin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook secara tidak langsung telah menjadi penyemangat penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang dibuat belum sepenuhnya sempurna atau masih memiliki kekurangan dalam penulisan skripsi. semoga skripsi ini dapat memberikan kebermanfaat yang bisa dijadikan sebagai referensi bacaan bagi orang lain, khususnya bagi mahasiswa IAIN Parepare.

Parepare, 1 Januari 2024

Penulis



Hanisa
NIM. 19.3100.028

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Hanisa
NIM : 19.3100.028
Tempat/Tgl. Lahir : Polewali, 26 Januari 2002
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Judul Skripsi : Perilaku Fanatisme K-Popers pada Akun Komunitas dan Penggemar BTS di Instagram.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi ini benar benar hasil karya sendiri dan jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikasi, tiruan plagiat atas keseluruhan skripsi, kecuali tulisan sebagai bentuk acuan atau kutipan dengan mengikuti penulisan karya ilmiah yang lazim, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Parepare, 29 Desember 2023

Penulis



Hanisa
NIM. 19.3100.028

ABSTRAK

HANISA, *Perilaku Fanatisme K-Popers pada Akun Komunitas dan Penggemar BTS di Instagram*. (dibimbing oleh Nurhakki dan A. Dian Fitriana)

Penelitian ini menganalisis perilaku fanatisme K-Popers pada akun komunitas dan penggemar BTS di platform media sosial Instagram ditinjau dari teori konstruksi realitas sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui realitas subjektif, realitas simbolik serta realitas subjektif perilaku fanatisme K-Popers dalam mengedit konten pada akun komunitas dan penggemar di Instagram.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi deskriptif. Adapun teknik pengumpulan data yaitu observasi dan wawancara terhadap admin akun K-Pop di Instagram. Informan penelitian ini adalah admin @yoyuby93, @agustdm93, @yoza_anjelisa, dan @asrianisj. Data yang terkumpul dianalisis secara sistematis melalui melalui tahap reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Perilaku fanatisme K-Popers dalam mengedit konten pada akun Instagram admin akun K-Popers tidak memenuhi realitas objektif. Karena beberapa konten yang dibuat admin tidak sesuai dengan kenyataan. Mereka senantiasa mengedit dan mengilustrasikan kontennya sesuai imajinasi sendiri dan ada yang tidak memiliki aturan membuat konten sehingga konten yang dihasilkan tidak terkontrol dan tidak masuk akal. (2) Realitas simbolik perilaku fanatisme K-Popers dalam mengedit konten dimana admin senantiasa menggunakan simbol atau unsur-unsur tertentu yang memiliki makna khusus bagi admin tersebut. Misalnya, penggunaan emoji love ungu, sparkle, logo fandom K-Pop, tulisan korea pada konten yang dibuat para admin K-Pop untuk mengekspresikan rasa cinta, kesenangannya, loyalitas dan kebanggaannya terhadap idola K-Pop. (2) Realitas subjektif perilaku fanatisme K-Popers dalam mengedit konten dimana perasaan admin sebagai penggemar K-Pop memengaruhi cara mengedit konten karena idola berperan sebagai ide konten admin dimana mereka terinspirasi dari ekspresi, gaya dan persona idola K-Popnya.

Kata Kunci: *Instagram; K-Popers; Mengedit Konten; Perilaku Fanatisme.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Tinjauan Penelitian Relevan	11
B. Tinjauan Teori.....	13
C. Tinjauan Konseptual.....	18
D. Kerangka Konseptual	42
E. Kerangka Berpikir	43
BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	45
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	46
C. Fokus Penelitian	47
D. Jenis dan Sumber Data	48

E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data	48
F. Uji Keabsahan Data.....	49
G. Teknik Analisis Data	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
A. Hasil Penelitian	55
1 Realitas Objektif Perilaku Fanatisme K-Popers dalam Mengedit Konten Pada Akun Komunitas dan Penggemar di Instagram	55
2 Realitas Simbolik Perilaku Fanatisme K-Popers dalam Mengedit Konten Pada Akun Komunitas dan Penggemar di Instagram.....	70
3 Realitas Subjektif Perilaku Fanatisme K-Popers dalam Mengedit Konten Pada Akun Komunitas dan Penggemar di Instagram.....	80
B. Pembahasan Hasil Penelitian	92
1. Realitas Objektif Perilaku Fanatisme K-Popers dalam Mengedit Konten Pada Akun Komunitas dan Penggemar di Instagram	93
2. Realitas Simbolik Perilaku Fanatisme K-Popers dalam Mengedit Konten Pada Akun Komunitas dan Penggemar di Instagram.....	96
3. Realitas Subjektif Perilaku Fanatisme K-Popers dalam Mengedit Konten Pada Akun Komunitas dan Penggemar di Instagram.....	98
BAB V PENUTUP	102
A. Kesimpulan	102
B. Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	I

DAFTAR TABEL

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
3.1	Waktu dan Kegiatan Penelitian	34



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Akun admin @yoyuby93	33
2.2	Akun admin @agustdm93	36
2.3	Akun admin @yoza_anjelisa	37
2.4	Akun admin @asrianisj	39
2.5	Bagan Kerangka Pikir	43

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1.	Pedoman wawancara	Terlampir
2.	Transkrip Wawancara	Terlampir
3.	Surat Penetapan Pembimbing Skripsi	Terlampir
4.	Konten Admin K-Popers	Terlampir
5.	Dokumentasi	Terlampir

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Fanatisme, asal katanya dari bahasa Latin "fanaticus" yang merujuk pada ekstasi, antusiasme yang menggebu-gebu, dan "fanum" yang mengindikasikan tempat pemujaan atau pengabdian. Berdasarkan etimologi ini, fanatisme bisa dijelaskan sebagai pengabdian yang penuh antusiasme terhadap tempat suci atau kuil. Definisi fanatisme kemudian diperbaharui oleh para ahli psikologi, merujuk pada usaha untuk mengejar atau mempertahankan sesuatu dengan cara yang ekstrem dan penuh gairah, melampaui batas kewajaran.¹

Menurut Robles, fanatisme diilustrasikan sebagai kepatuhan tanpa syarat yang penuh gairah, antusiasme berlebihan terhadap sesuatu, keras kepala, tanpa pandang bulu atau dengan menggunakan kekerasan. Robles juga menambahkan bahwa fanatisme ditandai dengan pemikiran dogmatis, kurangnya toleransi terhadap perbedaan, keinginan untuk memaksa pandangan tertentu, peningkatan harga diri, dan dorongan untuk mengendalikan opini.² Seperti perilaku fanatisme yang sering kita jumpai yaitu menyembah selebritas tertentu dan mengejar mereka di media sosial. Menolak untuk menerima kritik atau berbicara secara kritis tentang selebritas yang mereka dukung. Fanatisme juga memiliki pandangan ekstrem tentang suatu ideologi termasuk dalam social, tidak mau mendengarkan atau berdialog dengan orang-orang yang memiliki pandangan yang berbeda dan mungkin mendukung atau terlibat dalam tindakan ekstrem untuk mempromosikan ideologi mereka.

¹ Nurdin, Said. "Fanatisme Dalam Tinjauan Psikologi Agama." (*Jurnal Suloh* 1.1, 2016).

² Robles, M. U. *Fanaticism in psychoanalysis*. (London: Karnac Book, 2013).

Setiap orang yang membuat konten di media sosial perlu berhati-hati dan memperhatikan etika dalam membuat konten. Hal ini sebagaimana firman Allah swt. pada surah Al-Maidah/5: 77.

قُلْ يَا أَهْلَ الْكِتَابِ لَا تَغْلُوا فِي دِينِكُمْ غَيْرَ الْحَقِّ وَلَا تَتَّبِعُوا أَهْوَاءَ قَوْمٍ قَدْ ضَلُّوا مِنْ قَبْلُ وَأَضَلُّوا كَثِيرًا وَضَلُّوا عَنْ سَوَاءِ السَّبِيلِ

Terjemahnya :

Katakanlah: "Hai Ahli Kitab, janganlah kamu berlebih-lebihan (melampaui batas) dengan cara tidak benar dalam agamamu. Dan janganlah kamu mengikuti hawa nafsu orang-orang yang telah sesat dahulunya (sebelum kedatangan Muhammad) dan mereka telah menyesatkan kebanyakan (manusia), dan mereka tersesat dari jalan yang lurus. Orang-orang kafir dari Bani Israil telah dilaknat melalui lisan (ucapan) Dawud dan Isa putra Maryam. Yang demikian itu karena mereka durhaka dan selalu melampaui batas".³

Nabi Muhammad saw. Juga memperingatkan umatnya agar tidak melampaui batas dalam beragama. "janganlah melampaui batas dalam beragama karena umat sebelum kamu binasa disebabkan olehnya".⁴ Ada pandangan dari para ulama yang menyamakan arti dari perbuatan durhaka dan melampaui batas. Melampaui batas dianggap sebagai bentuk dari durhaka dan durhaka bisa diidentifikasi sebagai melampaui batas. Dengan demikian, dua kata yang berbeda tersebut pada akhirnya mengandung makna yang sama. Misalnya, kata "Ashauw" yang menggambarkan durhaka menggunakan bentuk kata kerja masa lalu (mādhī). Hal ini menandakan bahwa perbuatan durhaka ini tidaklah baru tetapi sudah ada sejak lama, menegaskan bahwa perbuatan durhaka ini masih berlanjut sampai sekarang dan akan terus dilakukan dalam kehidupan sehari-hari mereka. Sementara kata "ya'tadhuñ" yang berarti melampaui batas digunakan dalam bentuk kata kerja masa kini dan mendatang (mudhāri'), menunjukkan sifatnya yang agresif, pelanggaran batas, dan perbuatan

³ Kementerian Agama. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2016)

⁴ Ahmad, Imam bin Hanbal, Musnad Ahmad bin Hanbal. al-Qahirah: dar al-hadis, 1990.

durhaka yang terus berlanjut, bukan hanya sampai masa turunnya ayat ini, tetapi bahkan hingga saat ini, pada tahun dua ribu Masehi.⁵

Ayat tersebut menegaskan agar orang-orang tidak melampaui batas dalam agama mereka dan mengikuti kebenaran, bukan hawa nafsu atau fanatisme yang bisa mengarahkan mereka kepada kesesatan. Telah dijelaskan bahwa tindakan yang melewati batas atau berlebihan (fanatisme) memiliki dampak yang negatif, menyebabkan hal-hal seperti kekerasan, konflik, dan sebagainya.

Perilaku fanatisme di era digital memiliki perbedaan signifikan jika dibandingkan dengan periode sebelum era digital. Perilaku fanatisme sebelum di era digital (pradigital), sumber informasi terbatas pada buku, surat kabar, televisi, dan koran. Informasi cenderung disaring dan diedit oleh media utama. Komunikasi antar individu dan kelompok lebih terbatas. Sedangkan perilaku fanatisme di era digital saat ini dimana Internet memungkinkan akses tak terbatas ke beragam sumber informasi, termasuk yang ekstrem. Ini dapat memperkuat keyakinan ekstrem dan memicu proses radikalisasi.⁶

Media sosial memungkinkan individu untuk berinteraksi dengan kelompok sebaya yang memiliki pandangan serupa di seluruh dunia. Hal ini memungkinkan pembentukan dan penyebaran kelompok fanatik secara lebih efektif. Kelompok fanatik memanfaatkan platform online untuk membuat konten, menyebarkan propaganda, merekrut anggota, dan merencanakan aksi-aksi ekstrem. Proses radikalisasi dapat dimulai dan berkembang melalui konten *online*, termasuk video radikalisasi di *platform* berbagi video. Individu dapat menyuarakan pandangan ekstrem dengan relatif

⁵ M. Quraish Shihab, Tafsir Al-Misbah jilid 3, (Jakarta: Lentara Hati, 2002), 209-211.

⁶ Saumantri, Theguh. "Aktualisasi Moderasi Beragama Dalam Media Sosial." *MODERATIO: Jurnal Moderasi Beragama* 3.1 (2023): 64-75.

anonim di dunia digital, yang mungkin membuat mereka lebih berani dalam mengekspresikan keyakinan mereka.

Menurut penelitian Wahyudi Setiawan, ada dua makna fanatisme dalam organisasi masyarakat Islam, pertama fanatisme positif dan yang kedua adalah fanatisme negatif. Fanatisme positif muncul disebabkan oleh kesadaran total seseorang terhadap permasalahan atau obyek yang sedang dihadapi. Sikap totalitas dan komitmen tinggi menjadi ciri dari fanatisme positif ini. Makna fanatisme negatif adalah sikap fanatik yang muncul karena sebab-sebab lain tanpa dasar kesadaran seseorang.⁷

Jadi perilaku fanatisme biasa dianggap memiliki sisi positif karena keterlibatan yang kuat pada suatu gagasan atau keyakinan dapat mendorong individu untuk berkomitmen secara kuat terhadap tujuan atau ide tertentu. Fanatisme dianggap dapat memberikan motivasi dan dedikasi tinggi dalam menjalankan aktivitas atau memperjuangkan suatu prinsip atau tujuan. Hal ini bisa menginspirasi individu untuk mencapai prestasi tinggi dalam bidang tertentu. Karena sikap fanatisme dapat menumbuhkan keberanian dan keteguhan pada individu untuk tetap teguh pada prinsip atau keyakinan yang diyakininya, terutama dalam menghadapi tantangan atau rintangan.⁸ Namun berdasarkan pandangan islam, konsep fanatisme tidak selalu dianggap positif. Fanatisme dalam konteks agama, terutama jika melampaui batas dan mengarah pada perilaku ekstrem, tidak dianjurkan. Islam menekankan pada keadilan, kedamaian, toleransi, dan penolakan terhadap ekstremisme serta fanatisme yang dapat merugikan individu dan masyarakat.⁹ Jadi berlebihan mengedit konten K-Pop tanpa

⁷ Setiawan, Wahyudi. "Fanatisme dalam berorganisasi (studi sikap pengurus pimpinan daerah muhammadiyah Ponorogo)." *Muaddib: Studi Kependidikan dan Keislaman* 4.1 (2016): 20-44.

⁸ Setiawan, Wahyudi. "Fanatisme dalam berorganisasi (studi sikap pengurus pimpinan daerah muhammadiyah Ponorogo)." *Muaddib: Studi Kependidikan dan Keislaman* 4.1 (2016): 20-44.

⁹ Rohman, Dudung Abdul. *Moderasi Beragama Dalam Bingkai Keislaman Di Indonesia*. Lekkas, 2021.

dasar kesadaran seseorang merupakan fanatisme negatif yang merugikan. Sedangkan mengedit konten kesadaran total seseorang sesuai dengan objektivitas merupakan fanatisme positif.

Fanatisme di kalangan penggemar K-pop seringkali mengacu pada antusiasme yang tinggi dan dedikasi yang kuat terhadap grup atau artis K-pop favorit mereka. Fenomena ini sering melibatkan dukungan yang luar biasa terhadap grup musik atau idola-idola K-pop, kadang-kadang dengan tingkat keterlibatan yang sangat besar di media sosial, pertunjukan langsung, atau pembelian merchandise. Namun, seperti halnya fanatisme di bidang apa pun, ada berbagai tingkatan dan variasi dalam bagaimana fanatisme ini dipahami dan diekspresikan oleh individu yang terlibat. Orang-orang yang mendukung dan mengikuti artis K-pop dan budaya pop Korea secara umum disebut K-Poppers. Penggemar K-pop sangat bersemangat dan aktif dalam mendukung grup musik dan penyanyi K-pop favorit mereka. Mereka sering kali mengikuti berita terkini, mendengarkan musik, menonton video musik, dan berpartisipasi dalam berbagai kegiatan yang berkaitan dengan K-pop. Selain itu, K-Poppers sering mengadakan acara penggemar, pertemuan, dan membangun komunitas online di platform sosial media untuk berbagi kecintaan mereka pada K-pop.¹⁰

Perilaku penggemar dalam mengedit konten di era digital telah mengalami perkembangan signifikan seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan budaya. Penggemar yang ingin mengedit konten, seperti gambar atau video, sebelum era digital menghadapi keterbatasan dalam hal akses perangkat dan perangkat lunak editing. Sebagian besar perangkat dan perangkat lunak editing hanya tersedia di studio atau toko fotografi khusus. Penggemar yang ingin berbagi hasil editan mereka menghadapi

¹⁰ Arif, April Mulyanas, et al. "Fanatisme dan Luntarnya Nilai Kebudayaan Gen Z: Dampak Trend K-Pop." *Seminar Nasional Paedagogia*. Vol. 3. 2023.

kesulitan dalam mendistribusikan karya mereka kepada publik. Sebagian besar hasil karya hanya dapat dilihat oleh teman-teman terdekat atau keluarga. Komunitas penggemar yang berbagi minat dalam mengedit konten terbatas pada pertemuan fisik atau forum online yang relatif kecil.¹¹

Pada era digital sekarang, teknologi digital telah membuat editing konten menjadi lebih mudah dan terjangkau. Akses ke perangkat dan perangkat lunak editing, termasuk aplikasi seluler, telah meningkat secara signifikan. Penggemar dapat dengan mudah membagikan hasil editan mereka ke seluruh dunia melalui platform berbagi gambar dan video, seperti Instagram, Facebook, YouTube, TikTok, dan lainnya. Mereka juga dapat berinteraksi dengan ribuan hingga jutaan pengguna online. Terdapat komunitas online besar yang didedikasikan untuk penggemar yang memiliki minat dalam mengedit konten.¹²

Platform seperti Facebook menyediakan beragam fitur yang memanjakan penggunanya untuk menjelajah dalam mencari pertemanan secara luas dan global. Melalui berbagai fitur yang disediakan, Facebook menawarkan sejumlah konten pendukung komunikasi, mulai dari yang dapat diakses secara publik seperti Status yang terlihat di kronologi/timelines, hingga konten komunikasi yang bersifat pribadi seperti Messenger. Berbagai fasilitas yang ditawarkan, seperti posting foto, status, berbagi berita, dan lagu, menghasilkan interaksi komunikasi yang baru tanpa perlu melakukan pertemuan tatap muka secara langsung.¹³ Fitur-fitur facebook tersebut juga terdapat pada Instagram, mereka dapat membangun sebuah komunitas melalui sistem

¹¹ Muhammadijah, Mas'ud. "The Power of LANGUAGE for Business." (2023).

¹² Zein, Mohamad Fadhilah. *Panduan Menggunakan Media Sosial untuk Generasi Emas Milenial*. Mohamad Fadhilah Zein, 2019.

¹³ Fitriana, A. Dian, and Mifda Hilmiyah. "FACEBOOK Pertemanan Global Hingga Ikatan Personal." (*KOMUNIDA: Media Komunikasi dan Dakwah* 10.01, 2020): 118-134.

follow akun di Instagram untuk menjangkau postingan konten dan dapat membentuk grup obrolan *massenger* untuk membagikan konten.

Pelaku penggemar senantiasa berpartisipasi dalam tantangan editing di Instagram, di mana mereka mengambil gambar atau video yang sudah ada dan mengeditnya sesuai dengan tema atau tren tertentu. Ini sering menjadi cara untuk mendapatkan eksposur dan berinteraksi dengan komunitas online yang lebih besar. Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah mengubah cara penggemar berinteraksi dengan kontennya. Dapat memberikan *tag* dan *mentions* ataupun hashtags untuk meningkatkan jangkauan konten yang diposting. Mereka sekarang memiliki akses yang lebih besar, lebih banyak kesempatan untuk berbagi karya mereka, dan koneksi dengan komunitas yang lebih besar di seluruh dunia.¹⁴

Munculnya akun komunitas dan penggemar dalam dunia digital adalah hasil dari perkembangan media sosial dan platform berbagi konten *online*. Akun komunitas dan penggemar ini memiliki peran penting dalam memfasilitasi interaksi, berbagi informasi, dan mempromosikan minat bersama dalam berbagai topik atau entitas seperti selebritas, musik, film drana, dan banyak lagi di Instagram. Dalam era digital, akun komunitas dan penggemar memainkan peran penting dalam mengorganisir acara, kampanye, dan penggalangan dana yang terkait dengan minat bersama mereka. Mereka juga dapat memiliki dampak besar dalam mempromosikan produk atau karya yang terkait dengan entitas atau minat yang mereka dukung. Selain itu, akun-akun ini juga dapat memberikan dukungan emosional kepada anggota komunitas atau penggemar yang merasa terhubung melalui minat bersama mereka.¹⁵

¹⁴ Bastian, Christ Sony. "Kickfest Sebagai Pergerakan dan Budaya Populer." *Komunikasi Budaya Dan Dokumentasi Kontemporer* (2019): 65.

¹⁵ Lestari, Winda Ayu. *Motif dan Kepuasan Khalayak Penggemar Budaya Korean Pop (Kpop) dalam Penggunaan Media Online Coppamagz*. Skripsi Sarjana; Jurusan Jurnalistik: Jakarta, 2022.

Akun admin K-Popers adalah akun media sosial atau platform online yang dikelola oleh penggemar K-pop (K-Poppers) yang bertindak sebagai administrator atau pengelola komunitas. Seperti Akun-akun admin K-Popers yang disebut sebagai *BTS army* di Instragram yaitu admin @yoyuby93, @agustdm93, @yoza_anjelisa dan @asrianisj. Mereka senantiasa membangun dan memoderasi komunitas penggemar K-pop, menyebarkan berita terbaru, mengedit fotoh dan video member BTS sesuai dengan pikiran dan imajinasinya sendiri, membuat konten-konten lainnya terkait BTS, senantiasa mendukung Idola K-Pop dan mendorong keinginan membeli produk-produk yang berkaitan dengan idolanya. Mereka mendirikan akun K-Popers untuk mendukung artis atau grup K-pop yang mereka cintai. Seperti di Instragram, mereka membagikan informasi terbaru tentang Idolanya tersebut dalam bentuk postingan fotoh, video, Story, Reals dan IGTV. Tujuan akun admin K-popers bervariasi tergantung pada fokus dan minat mereka, tetapi intinya adalah membangun dan mempertahankan komunitas yang mendukung dan merayakan K-pop serta idolanya.

Dari fenomena-fenomena yang telah dipaparkan, fanatisme bisa mendorong penggemar untuk melakukan pengeditan konten untuk membangun narasi yang mendukung pandangan mereka terhadap K-Pop tertentu. Fanatisme K-Popers senantiasa menggunakan kreativitas mereka untuk mengekspresikan dukungan mereka kepada artis atau grup K-pop, dan ini juga dapat menjadi cara untuk menjalin ikatan dengan komunitas penggemar yang memiliki minat yang sama. Namun, seperti dalam hal apapun, perlu diingat untuk bersikap menghormati dan menjaga perilaku dalam mengedit konten dan berinteraksi dengan komunitas online. Pentingnya penelitian ini akan mengkaji dan memberikan wawasan terkait “Perilaku Fanatisme Kpopers Pada Akun Komunitas dan Penggemar BTS”.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah diatas maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah “Perilaku Fanatisme Kpopers Pada Akun Komunitas dan Penggemar BTS”.

1. Bagaimana realitas objektif perilaku fanatisme K-Popers dalam mengedit konten pada akun komunitas dan penggemar di Instagram?
2. Bagaimana realitas simbolik perilaku fanatisme K-Popers dalam mengedit konten pada akun komunitas dan penggemar di Instagram?
3. Bagaimana realitas subjektif perilaku fanatisme K-Popers dalam mengedit konten pada akun komunitas dan penggemar di Instagram?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka dalam penelitian ini ada beberapa tujuan yang hendak dicapai diantaranya sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi realitas objektif perilaku fanatisme K-Popers pada akun komunitas dan penggemar di Instagram.
2. Untuk mengidentifikasi realitas simbolik perilaku fanatisme K-Popers pada akun komunitas dan penggemar di Instagram.
3. Untuk mengidentifikasi realitas subjektif perilaku fanatisme K-Popers pada akun komunitas dan penggemar di Instagram.

D. Kegunaan Penelitian

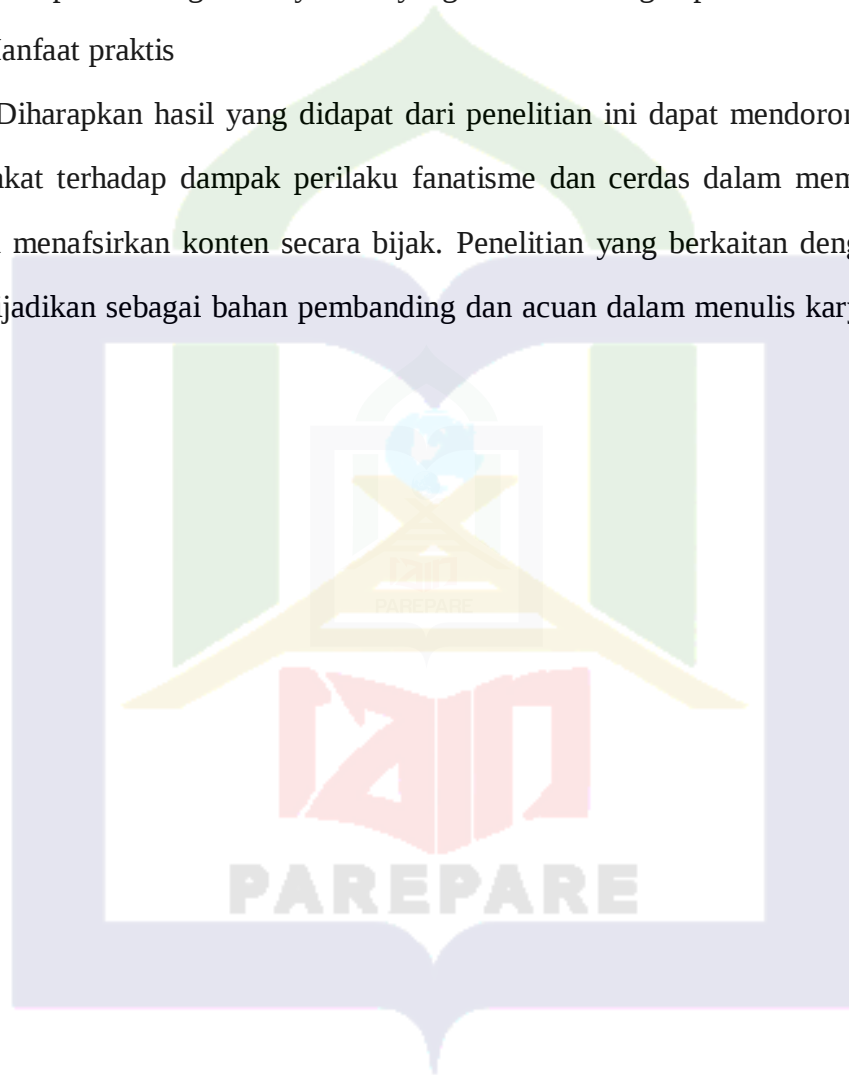
1. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai suatu peristiwa umum yang biasa terjadi di masyarakat khususnya yang membahas perilaku

fanatisme K-Popers dalam mengedit konten pada admin akun K-Pop di Instagram sebagai referensi dalam penelitian kedepannya dari segi aspek komunikasi, sosial, dan budaya. Memperkaya pengetahuan dan memperluas wawasan tentang permasalahan yang dihadapi di kalangan masyarakat yang berkaitan dengan perilaku fanatisme.

2. Manfaat praktis

Diharapkan hasil yang didapat dari penelitian ini dapat mendorong kesadaran masyarakat terhadap dampak perilaku fanatisme dan cerdas dalam membuat konten maupun menafsirkan konten secara bijak. Penelitian yang berkaitan dengan judul ini dapat dijadikan sebagai bahan pembandingan dan acuan dalam menulis karya tulis yang relevan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Berdasarkan penelitian ini terdapat beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini sebagai berikut.

Penelitian Lana Devi Astuti dengan judul “Pengaruh Fanatisme K-Pop Terhadap Perilaku Imitasi Pada Remaja Muslim Kota Mataram” pada tahun 2022.¹⁶ Hasil analisis data dari studi ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari Fanatisme K-Pop terhadap perilaku imitasi yang ditunjukkan oleh para penggemar NCT remaja Muslim di Kota Mataram, dengan nilai signifikansi sebesar 0,00 yang lebih kecil dari taraf signifikansi yang telah ditetapkan (0,05). Selain itu, nilai R Square sebesar 0,913 mengindikasikan bahwa sebesar 91,3% dari variabilitas perilaku imitasi dapat dijelaskan oleh variabel fanatisme K-Pop, sementara sisanya, sekitar 8,7%, kemungkinan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Persamaan Penelitian ini adalah fokus penelitian terkait perilaku fanatisme K-Pop. Perbedaan penelitian ini yaitu pendekatan penelitian yang digunakan dimana penelitian tersebut menggunakan kuantitatif dan analisis data secara numerik sedangkan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dan analisis data secara deskriptif. Selain itu, peneliti tersebut mengkaitkan perilaku fanatisme dengan perilaku imitasi pada remaja muslim sedangkan penelitian ini mengkaitkan perilaku fanatisme dengan mengedit konten pada admin akun K-Pop Instagram.

¹⁶Devi Astuti, Lana. *Pengaruh Fanatisme K-Pop Terhadap Perilaku Imitasi Pada Remaja Muslim Kota Mataram (Studi Pada Penggemar Neo Culture Technology (NCTzen) Kota Mataram)*. Skripsi Sarjana; Jurusan Bimbingan dan Konseling Islam: Mataram, 2022.

Penelitian Kartika Adriani dengan judul “Hubungan Fanatisme dengan Perilaku Konsumtif Pada K-Popers (Penggemar K-Pop) di Kota Pekanbaru” pada tahun 2021.¹⁷ Penelitian ini menggambarkan bagaimana fenomena K-Pop memotivasi penggemarnya untuk membeli berbagai barang terkait idola yang mereka dukung. Tingkah laku membeli ini dipicu oleh keinginan berlebihan, kepuasan, dan kesenangan yang dihasilkan, dan dikenal sebagai perilaku konsumtif. Temuan penelitian menunjukkan adanya korelasi antara fanatisme terhadap perilaku konsumtif pada para penggemar K-Pop di Kota Pekanbaru. Persamaan Penelitian ini adalah fokus penelitian terkait perilaku fanatisme K-Pop. Perbedaan penelitian ini yaitu pendekatan penelitian yang digunakan dimana penelitian tersebut menggunakan kuantitatif dengan pendekatan korelasional dan analisis data secara numerik sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif dan analisis data secara deskriptif. Selain itu, peneliti tersebut mengkaitkan perilaku fanatisme dengan perilaku konsumtif pada K-Popers (Penggemar Kpop) di Kota Pekan Baru sedangkan penelitian in mengkaitkan perilaku fanatisme dengan mengedit konten pada admin akun K-Pop Instagram.

Penelitian Dede Nurheni dengan judul “Kontrol Diri Penggemar K-Pop di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Parepare” pada tahun 2021.¹⁸ Penelitian ini menjelaskan bagaimana kontrol diri mahasiswa yang merupakan penggemar K-Pop terbagi dalam tiga aspek, yaitu kontrol diri dalam perilaku, pikiran, dan pengambilan keputusan. Hasil penelitian menemukan bahwa

¹⁷Adriani, K. *Hubungan Fanatisme dengan Perilaku Konsumtif pada K-Popers (Penggemar K-Pop) di Kota Pekanbaru*. Skripsi Sarjana; Fakultas Psikologi: Kasim Riau, 2021.

¹⁸Camang, Rastia. *Kontrol Diri Penggemar K-Pop di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Ada dan Dakwah IAIN Parepare*. Skripsi Sarjana; Program Studi Bimbingan dan Konseling Islam: Parepare, 2021.

mahasiswa fakultas ushuluddin adab dan dakwah IAIN Parepare mengalami dua tahap dalam mengontrol diri, yaitu melalui pemahaman yang baik tentang kontrol diri dan latihan serta kebiasaan dalam menerapkan kontrol diri tersebut. Persamaan Penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang digunakan, teknik analisis data model Miles dan Huberman, serta subjek penelitian pada penggemar K-Pop. Perbedaan penelitian ini yaitu fokus penelitian dimana penelitian tersebut mengkaji kontrol diri penggemar K-Pop di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Parepare sedangkan penelitian ini mengkaitkan perilaku fanatisme dengan mengedit konten pada admin akun K-Pop Instagram.

B. Tinjauan Teori

a. Teori Konstruksi Realitas Sosial

Peter L. Berger dan Thomas Luckmann memperkenalkan istilah pembentukan realitas sosial dalam buku mereka berjudul "*The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*". Konsep ini bersumber dari fenomenologi dan interaksi simbolik. Pembentukan Realitas Sosial didefinisikan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksi di mana individu atau sekelompok individu secara terus-menerus menciptakan realitas bersama yang dipersepsikan dan dialami secara subjektif.¹⁹

Teori konstruksi realitas sosial berada dalam kerangka teori tentang fakta sosial dan definisi sosial. Teori fakta sosial menekankan pada keberadaan standar yang sangat signifikan. Dalam teori ini, manusia dipandang sebagai produk dari masyarakat, di mana segala perilaku, tindakan, dan persepsi manusia berasal dari

¹⁹ Sulistyowati, Tutik. "Model Adaptasi Pekerja Migran Perempuan Dalam Mengkonstruksi Identitas Sosial Di Negara Tujuan." (*Jurnal Perempuan dan Anak* 2.1, 2019): 1-12.

pengaruh sosial. Sebaliknya, dalam definisi sosial, masyarakat dibentuk oleh manusia. Manusia aktif dalam memberi arti dan membentuk struktur masyarakat, yang pada gilirannya membentuk realitas, termasuk norma dan intuisi yang mengatur kehidupan sosial.²⁰

Proses konstruksi ini, menurut perspektif teori Berger & Luckman, terjadi melalui interaksi sosial yang dialektis, melibatkan tiga bentuk realitas yang menjadi konsep dasar, yaitu realitas subjektif, realitas simbolik, dan realitas objektif.²¹ Proses ini juga terjadi dalam tiga tahap simultan, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi.

1. Realitas objektif

Realitas objektif adalah suatu kompleksitas definisi realitas, termasuk ideologi, keyakinan, dan kebiasaan yang telah mapan dan teratur, semuanya dianggap sebagai fakta oleh individu secara umum. Realitas objektif merupakan kenyataan yang dianggap nyata dan dapat diamati oleh banyak orang tanpa adanya interpretasi yang berbeda.²² Contohnya adalah fenomena alam, seperti gravitasi atau fenomena yang dapat diukur secara konsisten oleh banyak orang. Pada penelitian ini, Objektivitas dalam konteks ini mungkin terkait dengan fakta atau informasi yang nyata dalam industri K-Pop, seperti jadwal konser, perilisan lagu, atau kegiatan resmi dari grup K-Pop tertentu. Penggemar yang terlibat dalam akun komunitas mungkin bersikap objektif dalam menyebarkan informasi

²⁰ Khikmiyah, Imaniyatul, Fatihatul Lailiyah, and Rakhmad Saiful Ramadhani. "Konstruksi Media Televisi Tentang Revisi Undang-Undang Komisi Pemberantasan Korupsi:(Analisis Framing Pada Tayangan Indonesia Lawyers Club di TV One)." (*PAWITRA KOMUNIKA: Jurnal Komunikasi dan Sosial Humaniora* 1.2, 2020): 142-155.

²¹ Aristin, Neli, and Dwi Maharani. "Konstruksi Sosial Anak Punk Spektakel Klub Di Kota Palembang." (*Jurnal Inovasi* 11.2, 2017): 117-128.

²² Noname. "Pemahaman Teoritik Teori Konstruksi Sosial." (*Jurnal Inovasi* 12.2, 2018): 1-25.

resmi atau fakta yang terjadi.

2. Realitas simbolik

Realitas Simbolik merujuk pada segala ekspresi simbolik dari apa yang dianggap sebagai realitas objektif, seperti konten teks dalam media industri seperti berita di media cetak atau elektronik, dan juga dalam konteks film-film.²³ Pada penelitian ini kaitannya dengan K-Popers, realitas simbolik bisa terkait dengan simbol-simbol budaya atau interpretasi yang dibuat oleh penggemar terhadap artis atau grup tertentu. Penggemar seringkali menggunakan bahasa simbolik yang memiliki makna khusus di dalam komunitas K-Pop mereka, seperti;

- 1) Emoji yaitu simbol atau lambang yang biasa digunakan untuk menyampaikan emosi atau reaksi, contohnya simbol wajah senyum atau hati bisa menunjukkan kegembiraan.
- 2) Istilah khas yaitu istilah-istilah khas dalam komunitas K-Pop dimana istilah ini bisa mencakup julukan bagi anggota grup, nama-nama fandom, atau kata-kata yang secara khusus seperti *bias* artinya favorit seseorang yang di idolakan dengan antusias, *aegyo* artinya ekspresi sikap imut, manis dan menggemaskan yang ditampilkan idola, *sasaeng* artinya penggemar obsesif.
- 3) Meme, yaitu gambar atau teks lucu yang disebarluaskan di antara penggemar sebagai bentuk hiburan dimana menampilkan momen-momen unik yang menjadi lelucon di antara penggemar.

²³ Noname. "Pemahaman Teoritik Teori Konstruksi Sosial." (*Jurnal Inovasi* 12.2, 2018): 1-25.

3. Realitas subjektif

Realitas subjektif adalah konstruksi pribadi tentang definisi realitas yang dibentuk oleh individu melalui proses internalisasi. Realitas subjektif ini menjadi dasar bagi keterlibatan dalam proses eksternalisasi, yakni interaksi sosial dengan individu lain dalam kerangka struktur sosial. Melalui proses eksternalisasi ini, individu secara bersama-sama memiliki potensi untuk menciptakan objektivasi baru dari realitas, membentuk suatu realitas objektif yang baru.²⁴ Pada penelitian ini, Realitas subjektif terkait dengan persepsi individu penggemar terhadap artis atau grup K-Pop favorit mereka. Hal ini dapat tercermin dalam cara penggemar mengekspresikan cinta, dukungan, atau kesetiaan mereka terhadap idola mereka di akun komunitas dan penggemar di Instagram. Subjektivitas juga bisa tercermin dalam reaksi emosional yang kuat terhadap konten atau interaksi yang melibatkan artis K-Pop favorit.

Teori Konstruksi Realitas Sosial (*Social Construction of Reality*) berfokus pada cara di mana realitas sosial dipahami, diciptakan, dan dipertahankan oleh individu dan kelompok dalam masyarakat. Teori ini menekankan bahwa realitas tidaklah objektif, tetapi terbentuk melalui proses interaksi sosial. Dalam kaitannya dengan konteks perilaku fanatisme dalam mengedit konten K-Pop, teori ini bisa menjelaskan bagaimana realitas sosial seputar dunia K-Pop diciptakan dan diinterpretasikan oleh para penggemar. Penggemar dapat memperluas atau menyempitkan persepsi mereka tentang K-Pop berdasarkan informasi yang mereka terima. Mereka bisa membangun narasi tentang K-Pop tersebut yang mungkin bisa berbeda dari kenyataan. Fanatisme bisa mendorong penggemar untuk melakukan

²⁴ Noname. "Pemahaman Teoritik Teori Konstruksi Sosial." (*Jurnal Inovasi* 12.2, 2018): 1-25.

pengeditan konten untuk membangun narasi yang mendukung pandangan mereka terhadap K-Pop tertentu. Hal ini dapat menciptakan versi yang tidak sepenuhnya objektif atau akurat dari kejadian sebenarnya.

b. Teori Perilaku Fanatisme dalam Mengedit Konten

Teori perilaku fanatisme merupakan konsep yang dapat diterapkan dalam konteks mengedit konten. Fanatisme merujuk pada sikap yang keras kepala, berlebihan, dan tanpa keterbukaan terhadap pendapat orang lain.²⁵ Dalam mengedit konten, fanatisme dapat mempengaruhi cara seseorang memperlakukan atau memanipulasi informasi yang ada. Berikut adalah beberapa poin yang terkait dengan teori perilaku fanatisme dalam mengedit konten:

a) Penolakan terhadap sudut pandang alternatif

Para editor yang terjebak dalam fanatisme mungkin cenderung menolak sudut pandang alternatif atau berbeda dengan mereka. Mereka mungkin hanya mempertimbangkan informasi yang mendukung pandangan mereka sendiri, tanpa memberikan ruang untuk perspektif lain.²⁶

b) Manipulasi informasi

Fanatisme juga dapat mempengaruhi cara editor memanipulasi informasi untuk sesuai dengan narasi atau pandangan mereka. Mereka mungkin cenderung mengabaikan atau menghilangkan fakta-fakta yang tidak mendukung pendapat mereka, atau bahkan mengedit konten dengan cara yang menyimpang dari kebenaran.

²⁵ Risman, Kadar. *Fanatisme Mahasiswa Islam*. (Rena Cipta Mandiri, 2022).

²⁶ Hogg, M. A., & Vaughan, G. M. *Social psychology* (edisi ke-8) Harlow, (England: Pearson, 2017).

c) Tindakan bias

Fanatisme seringkali menunjukkan bias yang kuat dan tidak adil terhadap kelompok atau individu tertentu. Dalam mengedit konten, ini dapat mengarah pada perlakuan yang tidak adil atau manipulatif terhadap kelompok-kelompok tertentu, seperti penghilangan informasi yang menguntungkan mereka atau memperlihatkan mereka dengan cahaya yang negatif.²⁷

Penting untuk diingat bahwa fanatisme dalam mengedit konten adalah perilaku yang tidak diinginkan karena dapat merusak integritas informasi dan mempengaruhi persepsi publik. Sebagai editor, penting untuk menjaga keterbukaan, rasionalitas, dan objektivitas dalam melaksanakan tugas tersebut, dengan tetap menghormati pluralitas opini dan menghadirkan informasi yang akurat serta seimbang.

C. Tinjauan Konseptual

a. Pengertian Media Online

Media *Online* atau media baru merupakan media komunikasi yang pemanfaatannya menggunakan perangkat Internet. Sedangkan internet sendiri adalah sebuah jaringan antar computer yang saling berkaitan. Jaringan ini tersedia secara terus menerus sebagai pesan-pesan elektronik, termasuk e-mail, transmisi file, dan komunikasi dua arah antar individu atau computer.

1. Perilaku Fanatisme

a. Pengertian Perilaku Fanatisme

Perilaku merujuk pada segala tindakan yang diperlihatkan oleh individu dalam

²⁷ Jowett, G. S., & O'Donnell, V. *Propaganda and persuasion* (edisi ke-6). (Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2014).

berinteraksi dengan lingkungan, termasuk perilaku yang tampak secara nyata dan yang lebih tersembunyi, serta mulai dari yang dirasakan hingga yang tidak terasa.²⁸ Menurut Wawan dan Dewi, perilaku adalah respons individu terhadap rangsangan tertentu atau suatu aksi yang bisa diamati, memiliki frekuensi, durasi, dan tujuan, baik disadari maupun tidak. Perilaku adalah gabungan dari berbagai faktor yang saling berpengaruh dan berinteraksi.²⁹

Fanatisme merupakan tindakan kelompok yang sering kali menghasilkan perilaku agresif. Kondisi fanatisme cenderung minim dalam mempertimbangkan kesadaran, yang mengakibatkan tindakan yang kurang terkontrol dan tidak rasional.³⁰ Ali menjelaskan bahwa fanatisme merupakan rasa solidaritas yang sangat kuat yang menimbulkan ketertarikan berlebihan terhadap individu atau kelompok. KBBI mendefinisikan fanatisme sebagai keyakinan atau kepercayaan yang sangat kuat terhadap ajaran agama, politik, dan bidang lainnya.³¹

Berdasarkan beberapa definisi menggambarkan bahwa perilaku fanatisme adalah perilaku dengan sikap ketertarikan berlebihan atau antusiasme terhadap sesuatu yang menimbulkan manifestasi hayati individu maupun kelompok dalam berinteraksi dengan lingkungannya.

b. Ciri-Ciri Perilaku Fanatisme

Ciri-ciri fanatisme menurut Wolman (dalam Herlambang, 2018). Ciri-ciri fanatisme, yaitu:

²⁸ Oktaviana. *Hubungan Antara Konformitas Dengan Kecenderungan Perilaku Bullying*. Skripsi Sarjana; Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah: Surakarta, 2015.

²⁹ Wawan, Ahmad, and Maria Dewi. *Teori dan Pengukuran Pengetahuan, Sikap Dan Perilaku Manusia*. (Yogyakarta: Nuha Medika 12, 2010).

³⁰ Handoko, Ariawan, and Muhammad Ali. "Hubungan Fanatisme Suporter Sepakbola terhadap Agresi Gubernur Cup di Provinsi Jambi." (*Jurnal Pion* 1.1, 2021): 34-43.

³¹ KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Kamus Versi Online/Daring (Dalam Jaringan). di akses pada 10 September. 2023.

- 1) Ketika seseorang melakukan tindakan atau membuat keputusan tanpa berlandaskan pada pemikiran yang rasional, lebih condong untuk bertindak berdasarkan emosi.
- 2) Pandangan yang terbatas menandakan bahwa individu cenderung memprioritaskan kelompoknya sendiri, meyakini bahwa segala hal dalam kelompoknya adalah yang paling benar, dan sering menyalahkan kelompok lain.
- 3) Ada semangat yang kuat dalam mengejar tujuan khusus, dengan dorongan yang tinggi untuk mencapainya, sehingga ada semangat dan antusiasme yang besar dalam mencapai tujuan tersebut.³²

Berdasarkan hal tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa sikap fanatisme bisa terjadi kepada siapapun yang memiliki keyakinan terhadap suatu pandangan yang membuat perubahan sikap juga tingkah laku seseorang.

c. Tingkatan Perilaku Fanatisme

Perilaku fanatisme dapat dilihat dalam berbagai tingkatan yang mencakup skala dari tingkat keterlibatan yang lebih ringan hingga yang ekstrem. Berikut adalah beberapa level atau tingkatan perilaku fanatisme:

1. Minat atau Dedikasi Biasa

Pada tingkat ini, seseorang mungkin memiliki minat yang lebih tinggi atau dedikasi yang kuat terhadap suatu gagasan, kepercayaan, atau ide tertentu. Ini mungkin tidak menyebabkan dampak yang signifikan pada kehidupan sehari-hari.

2. Dukungan dan Keterlibatan yang Kuat

Individu pada level ini mungkin menunjukkan keterlibatan yang lebih kuat dalam mendukung ide atau kelompok tertentu. Mereka mungkin menghabiskan banyak waktu, energi, dan sumber daya untuk mendukung atau mempelajari lebih lanjut tentang keyakinan mereka.

³² Herlambang, B. "Hubungan Antara Kesepian (*Loneliness*) Dengan Kecenderungan Fanatik Terhadap Hewan Pada Komunitas Pecinta Hewan". (*Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9, 2018).

3. Fanatisme yang Berlebihan

Pada level ini, keterlibatan terhadap keyakinan atau ide tersebut menjadi sangat intensif. Individu mungkin menolak pandangan yang berbeda secara ekstrem, cenderung mengabaikan fakta atau argumen yang bertentangan, dan mungkin menunjukkan sikap yang keras kepala.

4. Fanatisme Ekstrem atau Radikal

Ini adalah level yang paling berbahaya dan ekstrem dari perilaku fanatisme. Individu pada tingkat ini mungkin cenderung untuk bertindak dengan cara yang ekstrim atau bahkan melakukan kekerasan dalam mendukung atau menyebarkan keyakinan atau ide mereka.

Setiap tingkat perilaku fanatisme bisa memiliki dampak yang berbeda pada individu, kelompok, atau masyarakat secara keseluruhan. Yang paling ringan mungkin tidak memiliki dampak negatif yang signifikan, sementara tingkat yang lebih tinggi dapat menyebabkan konflik, ketegangan sosial, atau bahkan kekerasan.

d. Karakteristik Perilaku Fanatisme

Thorne and Brune mendeskripsikan karakteristik fanatisme berdasarkan empat hal yaitu adanya keterlibatan internal (*internal involvement*), keterlibatan eksternal (*external involvement*), keinginan memperoleh (*a desire to acquire*), dan interaksi sosial (*social interaction*).³³

1) Keterlibatan Internal (*internal involvement*)

Keterlibatan internal ialah aktivitas penggemar yang memfokuskan waktu, tenaga, dan perhatian pada hal-hal tertentu yang menarik. Keterlibatan ini berupa loyalitas, ketertarikan emosional dengan idolanya, serta pengorbanan

³³ Thorne, Scott, and Gordon C. Bruner. "An exploratory investigation of the characteristics of consumer fanaticism." (*Qualitative Market Research: An International Journal* 9.1, 2006): 51-72.

dalam segi waktu yang telah penggemar lakukan untuk idolanya.

2) Keterlibatan Eksternal (*external involvement*)

Keterlibatan eksternal adalah aktivitas penggemar yang menunjukkan keterlibatan dirinya dalam suatu aktivitas yang terkait dengan idolanya. Keinginan penggemar untuk menunjukkan keterlibatan eksternal memanifestasikan dirinya dalam berbagai cara tergantung pada tingkat kefanatikannya. Seperti menghadiri konser ataupun acara perkumpulan kelompok penggemar dimana dapat membentuk hobi atau kebiasaan baru dari kegiatan pengidolaan.

3) Keinginan Memperoleh (*a desire to acquire*)

Penggemar cenderung mengekspresikan keinginan yang kuat untuk memiliki objek material yang berhubungan dengan idolanya. Ada beberapa alasan untuk karakteristik ini yaitu, keinginan untuk menggunakan benda fisik sebagai penghubung dengan idola, selama beraktivitas dengan idola, dengan tujuan merasakan kesenangan yang diperoleh dari memiliki barang yang tidak dimiliki orang lain.³⁴

4) Interaksi sosial (*Social Interaction*)

Interaksi sosial merupakan karakteristik mengacu pada perilaku fanatisme dalam komunikasi sosial yang dimana sikap ini dapat muncul baik secara individu maupun berkelompok. Berinteraksi dengan orang lain yang memiliki kegemaran atau kesukaan yang sama akan menjadi sesuatu hal yang menyenangkan bagi para penggemar. Penggemar saling berinteraksi dengan penggemar lain dapat melalui sosial media, ataupun suatu acara baik yang

³⁴ Thorne, Scott, and Gordon C. Bruner. "An exploratory investigation of the characteristics of consumer fanaticism." (*Qualitative Market Research: An International Journal* 9.1, 2006): 51-72.

diadakan secara langsung oleh idola maupun yang dibuat para penggemar itu sendiri.³⁵

e. Indikator Perilaku Fanatisme

Menurut Ismail, tanda-tanda fanatisme mencakup tingginya antusiasme atau semangat yang tidak rasional, didorong lebih oleh emosi yang tak terkendali serta adanya solidaritas.³⁶

Berikut ini adalah aspek-aspek fanatisme menurut Goddard (dalam Herlambang):

- 1) Besarnya minat dan kecintaan pada satu jenis kegiatan. Fanatisme pada satu aktivitas sering ditemukan. Fanatisme bisa mendorong seseorang untuk lebih termotivasi dalam mendukung sesuatu yang menjadi favoritnya.³⁷ Dalam konteks perilaku mengedit konten K-Pop, penggemar K-Pop biasa terlibat secara intensif dalam mengedit konten K-Pop, bahkan dalam waktu yang lama. Hal ini karna minat yang kuat dan cinta yang mendalam terhadap budaya, musik, idola, atau segala hal terkait K-Pop.
- 2) Sikap pribadi maupun asosiasi terhadap kegiatan tersebut. Karena ini menjadi esensi dari awal tindakan yang akan dilakukan. Kaitannya dengan K-Pop, individu biasa merasa terhubung secara emosional dan merasa bahwa K-Pop bukan hanya hobi, tetapi bagian dari identitas atau kepribadian mereka. Sikap mereka sebagai penggemar K-Pop memiliki

³⁵ Thorne, Scott, and Gordon C. Bruner. "An exploratory investigation of the characteristics of consumer fanaticism." (*Qualitative Market Research: An International Journal* 9.1, 2006): 51-72.

³⁶Ismail, A. *Selamat Menabur: 33 Renungan Tentang Didik-Mendidik*. (Bekasi: Gunung Mulia, 2008).

³⁷ 37

dampak besar pada sikap, keputusan, dan hubungan pribadi individu terhadap kegiatan tersebut.

- 3) Intensitas individu menekuni satu jenis kegiatan tertentu. Melakukan sesuatu lebih bermakna jika dilakukan dengan rasa senang dan bangga. Aktivitas menjadi lebih berarti jika dilakukan dengan penuh cinta. Biasanya penggemar K-Pop rela menghabiskan sebagian besar waktunya untuk mengedit konten K-Pop. Mereka menjadi sangat terfokus pada kegiatan tersebut hingga mengabaikan kegiatan lain yang mungkin penting.
- 4) Motivasi dan dukungan yang datang dari keluarga juga memiliki dampak yang signifikan dalam munculnya fanatisme seseorang.³⁸ Setiap penggemar K-Pop memiliki alasan yang kuat dan bersemangat untuk mengedit konten K-Pop, mungkin termasuk kecintaan terhadap seni, penghargaan terhadap idolanya, atau keinginan untuk terlibat dalam komunitas yang berbagi minat serupa. Selain itu, mereka juga mendapatkan dukungan dari komunitas atau orang lain yang memiliki minat yang sama, atau dari lingkungan yang menghargai atau mendukung aktivitas ini.

Perilaku fanatisme sering kali mencakup keterlibatan yang intensif dan berkelanjutan dalam subjek atau kegiatan yang dipilih. Dalam hal ini, individu yang sangat terlibat dalam K-Pop mungkin menghabiskan waktu yang signifikan untuk mengedit konten, memastikan konten tersebut berkualitas, dan memberikan informasi terbaru kepada komunitas yang sama-sama tertarik pada K-Pop. Perilaku fanatisme cenderung memiliki pengaruh yang besar dalam komunitas di mana individu tersebut

³⁸Herlambang, B. "Hubungan Antara Kesepian (Loneliness) Dengan Kecenderungan Fanatik Terhadap Hewan Pada Komunitas Pecinta Hewan". (*Journal of Chemical Information and Modeling* 53.9, 2018).

terlibat. Dalam konteks mengedit konten K-Pop, fanatisme bisa mendorong peningkatan kualitas konten, memperluas basis penggemar, atau mengarah pada terbentuknya komunitas yang solid dan berdedikasi terhadap penyebaran informasi terkait K-Pop.

2. K-Popers

a. Pengertian K-Popers

K-Popers adalah penggemar musik dan budaya Korea, yang berasal dari genre musik Korean Pop atau K-Pop yang terkait dengan sejumlah boyband dan girlband. K-Pop meliputi beragam jenis program musik, genre musik, dan segala hal yang terkait dengan dunia musik, yang dianggap sebagai budaya yang berasal dari Korea Selatan.³⁹

K-Pop merupakan bagian dari serangkaian hiburan yang dihasilkan oleh industri hiburan Korea Selatan, termasuk drama, variety show, dan musik sebagai elemen utamanya. K-popers adalah istilah yang merujuk kepada penggemar dari aliran musik ini, dimana setiap grup musik memiliki nama penggemar tersendiri, misalnya penggemar grup musik BTS yang menyebut diri mereka sebagai BTS Army.⁴⁰

Di Korea, budaya K-Pop sangat diperhatikan dan menarik minat, terutama di kalangan pelajar yang mengagumi para senimannya. Demam K-Pop tidak hanya populer di Korea, namun juga menyebar ke berbagai negara di Asia, dan menguasai panggung musik di wilayah tersebut. K-pop telah mendapatkan popularitas yang

³⁹Rizqiyah, Nila, and Moch Edy Marzuki. "Interaksi Simbolik Antara Penggemar Dengan Idol K-Pop Bangtan Boys Studi Fenomenologi Pada Platfrom Weverse." (*Jurnal Socia Logica* 3.3, 2023): 248-258.

⁴⁰Robi Maulana, Ananda Rizky & Laila Meliyandrie Indah Wardani. "Fenomena K-poppers Yang Habis-habisan Wajar Ga sih...??". (Artikel Buletin K-Pin Vol 8.21, 2022).

cukup besar di seluruh dunia, khususnya di kalangan remaja dan dewasa muda. Penyebaran K-pop telah berlangsung selama beberapa waktu, namun mencapai puncaknya pada awal tahun 2000-an, berkat munculnya banyak grup musik idola yang mendapat pengakuan global.⁴¹ Grup-grup ini antara lain Super Junior, Shinee, 2PM, SNSD, Apink, BTS, EXO, GOT7. Popularitas K-pop terus melonjak tidak hanya di bidang musik tetapi juga di industri film, dengan banyaknya film dan drama TV Korea yang mendapatkan pengakuan global, di samping berbagai program TV Korea.

a. Media Penyebaran K-Pop

K-pop merupakan perpaduan unsur budaya Timur dan Barat yang disertai dengan beragam fitur menghibur. K-pop pada dasarnya disebarluaskan melalui dua jalur utama:

1) Media Non-internet

Penyebaran budaya Korea melalui K-pop pada dasarnya terkait dengan berbagai bentuk media. Media tradisional, seperti televisi, radio, toko musik fisik, dan pertunjukan live, memainkan peran penting dalam memulai penyebaran pesan dan pengaruh budaya K-pop ke seluruh dunia. Media-media ini sangat efektif dalam mempromosikan sebagian besar produk dan karya K-pop kepada khalayak global, meletakkan dasar bagi kemajuan signifikan yang dicapai industri K-pop di tahun-tahun mendatang.

2) Media Internet

Pada era globalisasi yang didorong oleh kemajuan teknologi informasi berbasis internet, K-pop juga ikut tumbuh dan berkembang. Internet

⁴¹Putri, Idola Perdini, Farah Dhiba Putri Liany, and Reni Nuraeni. "K-Drama dan penyebaran Korean wave di Indonesia." (*ProTVF* 3.1, 2019): 68-80.

memberikan akses yang lebih luas dan cepat bagi masyarakat untuk mengenali, belajar, dan bahkan menjadi penggemar budaya Korea. Hal ini membuat budaya Korea menjadi lebih mudah dikenal dan diadopsi oleh berbagai kalangan di seluruh dunia. Dampaknya terlihat dari banyaknya orang yang kini meniru budaya dan gaya hidup Korea. Peran media internet dalam hal ini diwujudkan melalui platform seperti Youtube, Instagram, dan lainnya.⁴²

b. Dampak K-Pop dan K-Popers

Tujuan awal tersebarnya budaya pop Korea di Indonesia adalah untuk bersaing dengan budaya asing yang masuk ke Korea, serta untuk mendongkrak pendapatan perekonomian negara. Namun potensi pasar Asia telah menyebabkan keberlangsungan kapitalisme Korea melalui penyebaran budaya pop Korea. Dengan terus bertambahnya jumlah penggemar budaya pop Korea, hal ini diperkirakan akan memberikan dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Korea itu sendiri.⁴³

Dengan masuknya budaya K-pop ke Indonesia, fanatisme terhadap idola K-pop semakin meningkat. Penggemar K-pop, yang dikenal sebagai K-popers, cenderung meniru gaya hidup idola mereka dalam hal makanan, gaya bicara, berpakaian, dan tempat-tempat yang dikunjungi. Generasi milenial terdorong untuk meniru kebudayaan Korea, terutama hal-hal yang terkait dengan idola K-pop mereka.⁴⁴ Penggemar K-pop seringkali disorot negatif karena terlihat terlalu antusias

⁴²Camang, Rastia. Kontrol Diri Penggemar K-Pop di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Ada dan Dakwah IAIN Parepare. Skripsi Sarjana; Program Studi Bimbingan dan Konseling Islam: Parepare, 2021.

⁴³ Wuryanta, Eka Wenats. "Di antara Pusaran Gelombang Korea (Menyimak Fenomena K-Pop di Indonesia)." (*Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4.2, 2012): 79-94.

⁴⁴Trihandayani, Tarisa, et al. "Fanatisme Pada Fans K-Pop Di Media Sosial Yang Mengakibatkan Fanwar." (*Parade Riset Mahasiswa* 1.1, 2023): 245-256.

atau berlebihan ketika membicarakan idola mereka atau drama Korea. Seiring dengan hal tersebut, gaya hidup para penggemar K-pop mulai berubah dan berbeda dari mayoritas masyarakat Indonesia.

3. Konten Instagram

a. Pengertian Konten Instagram

Konten merupakan pendekatan yang melibatkan pembuatan, seleksi, distribusi, dan pengembangan materi yang menarik, relevan, serta bermanfaat bagi suatu audiens tertentu yang memunculkan diskusi atau pembicaraan tentang materi tersebut.⁴⁵ Menurut KBBI, konten adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik.⁴⁶ Penyampaian konten bisa melibatkan berbagai media, termasuk internet, televisi, CD audio, dan bahkan saat ini melalui perangkat telepon genggam (ponsel).

Pengertian konten menurut Ikapi dalam kutipan yang disusun oleh Finy F. Basarah dan Gustina, pengertian konten adalah susunan informasi yang terdapat di dalam suatu situs web atau informasi yang tersedia melalui berbagai media. Konsep ini digunakan untuk mengidentifikasi serta menilai berbagai format dan jenis informasi sebagai elemen nilai tambah dalam media.⁴⁷

Instagram adalah salah satu produk dari kemajuan internet yang populer di kalangan masyarakat saat ini. Popularitasnya dapat dilihat dari peningkatan jumlah pengguna Instagram setiap tahunnya. Pada April 2017, Instagram mengumumkan bahwa jumlah akun pengguna aktif bulanannya telah mencapai sekitar 800 juta, yang

⁴⁵Lee, Nancy R., and Philip Kotler. *Social marketing: Behavior change for social good*. (Sage Publications, 2019).

⁴⁶ KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Kamus versi online/daring (Dalam Jaringan). di akses pada 7 September 2023.

⁴⁷Basarah, F. F., & Romaria, G. "Perancangan Konten Edukatif Di Media Sosial". (*Jurnal Abdi Masyarakat (JAM)* 5.2, 2020).

menunjukkan peningkatan signifikan dari tahun sebelumnya.⁴⁸

Platform media sosial ini memungkinkan penggunanya untuk berbagi momen-momen ke dalam aplikasi, menjadi salah satu dari lima aplikasi terbesar yang memiliki jumlah pengguna aktif terbanyak dan sering diunduh di perangkat smartphone. Keunggulan Instagram terletak pada sistem interaksi yang tinggi, yang memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan orang lain, misalnya melalui fitur likes dan komentar pada unggahan orang lain.⁴⁹

Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa konten instagram merupakan semua jenis materi atau postingan yang dibagikan atau dipublikasikan di platform Instagram. Ini bisa berupa foto, video, cerita (stories), teks, caption, atau kombinasi dari berbagai elemen tersebut. Tujuan dari konten Instagram adalah untuk berbagi informasi, menghibur, menginspirasi, atau membangun interaksi dengan audiens. Konten yang diposting di Instagram biasanya dirancang untuk menarik perhatian pengguna dan dapat berkisar dari topik personal, gaya hidup, kesehatan, wisata, hingga promosi produk atau layanan.

b. Ciri-Ciri Konten Media Sosial

Media sosial telah menjadi elemen integral dalam kehidupan saat ini. Permintaan akan informasi yang beragam menunjukkan minat yang tinggi dari masyarakat untuk mengetahui lebih banyak. Kehadiran media sosial menawarkan pemandangan yang jelas bahwa dunia tampaknya tanpa batas dalam penyediaan informasi yang beragam kepada masyarakat sehari-hari, memungkinkan mereka

⁴⁸ Kom, Yusuf Hartawan MI. "Media Sosial Sebagai Media Massa Dikalangan Remaja (Studi Etnografi Virtual Tentang Identitas dan Presentasi Diri Remaja Indonesia di Instagram)." (*Jurnal Retorika* 9, 2017): 155-174.

⁴⁹ Nadia, Diva. *Peran Media Sosial Dalam Mewujudkan Pendidikan Politik Untuk Generasi Z (Studi Kasus Kota Banda Aceh)*. Skripsi Sarjana: Program Studi Ilmu Politik: Banda Aceh, 2023.

dengan mudah memanfaatkan ragam informasi yang terdapat dalam berbagai konten di platform tersebut.⁵⁰

Seseorang yang mengedit atau membuat konten secara literal dikenal sebagai pencipta konten dan mereka membagikannya melalui berbagai platform media sosial seperti Instagram, YouTube, atau Facebook. Pekerjaan konten kreator melibatkan pembuatan konten dalam bentuk tulisan, gambar, video, audio, atau kombinasi dari beberapa materi. Banyak konten, seperti berita, tutorial, atau pembaruan, awalnya dibuat dalam bentuk tulisan dan kemudian diadaptasi menjadi format video. HubSpot menggambarkan konten kreator sebagai individu yang membuat informasi atau hiburan yang disesuaikan dengan preferensi audiens.⁵¹

Untuk memfasilitasi komunikasi interpersonal yang efektif, seperti halnya Facebook menyediakan berbagai konten yang mendukung tujuan tersebut dengan lancar. Facebook menawarkan berbagai konten pendukung komunikasi, termasuk konten publik seperti pembaruan Status yang terlihat di linimasa dan konten pribadi seperti Messenger, di mana hanya dua orang yang terhubung dapat melihat pesan atau obrolan. Dengan memanfaatkan konten ini, pengguna dapat memaksimalkan potensi komunikasi interpersonal Facebook. Tidak dapat dipungkiri bahwa Facebook menyediakan berbagai fasilitas kepada penggunanya untuk memenuhi kebutuhan komunikasi mereka, menjadikannya platform yang banyak dicari.⁵²

Instagram termasuk dalam kategori media sosial karena memberikan platform

⁵⁰Lanang, Dwipa Irawan. *Strategi Konten Media Digital Oleh Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Lampung*. Skripsi Sarjana; Program Studi Ilmu Komunikasi: Lampung, 2023.

⁵¹ Wisnu Anggara, E. R. L. A. N. G. G. A. *Clickbait Pada Thumbnail Youtube (Analisis Isi Pesan Di Channel Garuda Space Edisi 4-16 Januari 2022)*. Skripsi Sarjana: Program Studi Ilmu Komunikasi: Ponorogo, 2022.

⁵² Fitriana, A. Dian, and Mifda Hilmiyah. "FACEBOOK Pertemanan Global Hingga Ikatan Personal." (*KOMUNIDA: Media Komunikasi dan Dakwah* 10.01, 2020): 118-134.

bagi pencipta konten untuk berbagi kepada audiens global. Menurut Mandibergh, media sosial adalah platform yang memfasilitasi kolaborasi antara pengguna yang menghasilkan konten, dan memiliki karakteristik sebagai berikut:

- 1) Pesan yang dibagikan tidak hanya ditujukan kepada satu individu tetapi dapat diakses oleh berbagai orang.
- 2) Pesan yang disampaikan secara bebas, tanpa harus melalui pengawasan tertentu (*Gatekeeper*).
- 3) Penerima pesan yang menentukan interaksi.⁵³

c. Fitur Konten Instagram

Ketika Anda berbicara tentang "fitur konten Instagram," ini merujuk pada berbagai elemen dan jenis konten yang dapat Anda unggah dan bagikan di platform tersebut. Berikut beberapa fitur konten utama di Instagram:

- 1) Foto, unggahan foto adalah fitur utama Instagram. Pengguna dapat mengunggah foto-foto pribadi, gambar produk, seni, dan banyak lagi. Fitur ini dapat dijadikan Album Foto yang menggabungkan beberapa foto dalam satu unggahan, yang pengguna dapat geser untuk melihat seluruhnya.
- 2) Video, pengguna dapat membagikan video singkat atau panjang, tergantung pada jenis akun. Video Instagram dapat berdurasi hingga 60 detik dalam unggahan biasa dan lebih lama di IGTV.
- 3) Cerita (*Stories*), fitur cerita memungkinkan pengguna untuk membagikan foto dan video singkat yang akan menghilang dalam 24 jam. Pengguna dapat menambahkan teks, stiker, musik, dan efek khusus ke cerita.

⁵³ Mandibergh, *Media Sosial Bandung*. (Penerbit Simbiosis Rekatama Media, 2012).

- 4) IGTV (Instagram TV), yaitu tempat untuk membagikan video yang lebih panjang, seperti vlog, tutorial, dan konten video berkualitas tinggi.
- 5) Reels, yaitu fitur video pendek yang mirip dengan TikTok. Pengguna dapat membuat video kreatif berdurasi hingga 60 detik, menggunakan musik dan efek visual.
- 6) Panduan (*Guides*), Fitur Panduan memungkinkan Anda untuk membuat panduan visual yang berfokus pada topik tertentu. Ini bisa berisi postingan, artikel, atau video.
- 7) Komentar, Pengguna dapat memberikan komentar teks pada unggahan. Fitur komentar memungkinkan untuk membalas berbagai komentar dengan bentuk reaksi apapun.
- 8) Filter dan Pengeditan, Instagram menyediakan beragam filter dan alat pengeditan untuk meningkatkan kualitas dan estetika gambar dan video.
- 9) Tagging dan Mention, fitur ini dapat menandai (*tag*) akun Instagram lain dalam foto dan juga menyebut (*mention*) mereka dalam keterangan atau komentar.
- 10) Hashtag, pengguna dapat menambahkan hashtag ke keterangan unggahan untuk meningkatkan visibilitas dan mencapai audiens yang lebih besar.
- 11) Musik, pengguna dapat menambahkan musik ke cerita dan Reels Anda untuk menambahkan elemen audio yang menarik.

d. Indikator Konten

Kingsnorth mengidentifikasi tujuh indikator konten, termasuk kredibilitas yang tercermin dalam profil, kemampuan konten untuk mudah dibagikan kepada orang lain, kegunaan dan daya tarik bagi audiens target, daya tarik yang kuat,

relevansi dengan audiens, keunikan, dan keberadaan merek yang melekat dalam konten.⁵⁴ Adapun indikator konten media sosial menurut Nasrullah yaitu:

- 1) Transparansi informasi muncul dari tujuan konten media sosial yang ditujukan untuk konsumsi publik atau kelompok tertentu, dimana informasi diproduksi, dipertukarkan, dan dikonsumsi oleh individu-individu.
- 2) Komunikasi dialogis terjadi melalui berbagai fitur interaktif, memungkinkan adanya keterlibatan dan hubungan yang aktif antara pengguna dan teknologi. Interaksi ini tidak hanya memperluas jaringan pertemanan atau pengikut di internet, tetapi juga membutuhkan interaksi antara pengguna itu sendiri.
- 3) Media sosial membangun jaringan relasi yang rumit, di mana pengguna terus memperluas jejaring pertemanan dan berkomunikasi, menciptakan hubungan yang terkoneksi satu sama lain melalui mekanisme teknologi.
- 4) Adanya pluralitas opini memungkinkan setiap individu untuk berargumentasi dan menyuarakan pendapatnya dengan bebas. Pengguna dapat dengan leluasa mengekspresikan pendapat mereka tentang konten yang ada dalam media sosial.⁵⁵

Indikator konten media sosial adalah elemen atau parameter yang digunakan untuk mengukur atau mengevaluasi efektivitas atau kualitas suatu konten yang dibagikan di platform media sosial. Ini membantu dalam memahami seberapa baik suatu konten berperforma atau seberapa relevan dan menarik bagi audiens.

e. Admin Akun K-Pop Instagram

Admin Akun K-Pop Instagram ADALAH salah satu akun yang dimiliki admin selaku penggemar K-Pop. Akun K-Pop Instagram menyajikan berita, informasi, video, gambar atau foto dan hiburan di media sosial terkait K-Pop yang mereka idolakan. Salah satu konten yang paling banyak digemari para K-Popers adalah video *dance* K-Pop. K-Pop membawa dampak bagi minat masyarakat terhadap budaya lokal mulai dari gaya berpakaian, penggunaan bahasa, dan tingkah laku masyarakat yang biasa memicu perilaku fanatisme. Fanatisme yang terkadang

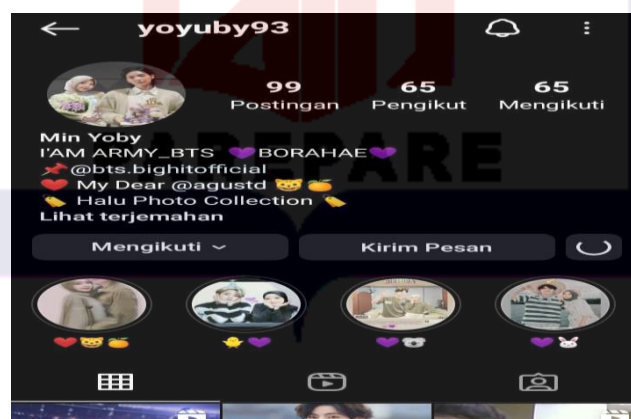
⁵⁴Kingsnorth, Simon. *Digital marketing strategy: An integrated approach to online marketing*. (London: Kogan Page Limited, 2016).

⁵⁵ Nasrullah, R. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Sosioteknologi*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015).

berlebihan dapat mengarah pada stres, kecemasan, dan pemisahan diri dari realitas. Ada banyak akun K-Pop Instagram yang dibuat oleh penggemar K-Pop di Instagram. Setiap akun memiliki konten postingan yang unik, dan peneliti memilih Admin Akun K-Pop Instagram karena konten yang diunggahnya menampilkan kondisi perilaku fanatisme penggemar K-Pop dalam mengedit konten.

Akun admin K-Popers adalah akun media sosial atau platform online yang dikelola oleh penggemar K-pop (K-Poppers) yang bertindak sebagai administrator atau pengelola komunitas. Seperti Akun-akun admin K-Popers yang disebut sebagai *BTS army* di Instagram yaitu admin @yoyuby93, @agustdm93, @yoza_anjelisa dan @asrianisj. Rata-rata dari mereka merupakan *BTSARMY* yaitu komunitas dan penggemar BTS salah satu boyband K-Pop. Mereka senantiasa membangun dan memoderasi komunitas penggemar K-pop, menyebarkan berita terbaru, mengedit fotoh dan video member BTS sesuai dengan pikiran dan imajinasinya sendiri, membuat konten-konten lainnya terkait BTS, senantiasa mendukung Idola K-Pop.

1. Gambaran tentang Admin @yoyuby93



Gambar 4.1 Akun Admin @yoyuby93

Admin @yoyuby93 mengidolakan salah satu grup boyband K-Pop yaitu BTS. Alasan subjektif seseorang dalam mengidolakan BTS karena bakat, dedikasi, dan semangat yang dinilai luar biasa oleh boyband tersebut. Pengalaman admin @yoyuby93 dalam mengenal K-Pop sejak tahun 2012, saat mulai menggunakan internet sebagai sumber informasi dan hiburan. Admin tersebut tertarik dengan beberapa aspek yang membuat K-Pop menarik, seperti musiknya yang energik, koreografinya yang menarik, serta daya tarik pesonanya. Selain itu, kecintaan juga terhadap budaya dan bahasa Korea yang kaya dan indah menjadi faktor lain yang memperdalam ketertarikannya terhadap K-Pop.

Sejak tahun 2020, @yoyuby93 telah menjadi seorang admin atau pengelola akun yang berfokus pada konten K-Pop di Instagram. Admin membuat akun tersebut untuk berbagi konten yang berkaitan dengan K-Pop kepada penggemar lainnya. Setiap hari, admin @yoyuby93 aktif membagikan berbagai konten K-Pop seperti foto, video, berita terkini, fakta menarik, hingga meme kepada para pengikutnya. Mereka merasakan kegembiraan melihat reaksi dan komentar yang diberikan oleh para pengikut yang juga memiliki minat yang sama terhadap K-Pop. Ini menunjukkan betapa admin menikmati proses berbagi informasi, membangun komunitas, dan berinteraksi dengan penggemar K-Pop lainnya melalui platform sosial seperti Instagram. Hal yang mendorong admin @yoyuby93 terlibat dalam pengelolaan konten K-pop di Instagram adalah rasa cinta dan antusiasme terhadap K-pop. Admin tersebut ingin menunjukkan dukungan dan apresiasinya kepada artis-artis K-pop yang disukai, dan juga berinteraksi dengan sesama penggemar K-pop dari berbagai negara dan latar belakang. Admin ingin

memperkenalkan K-pop kepada orang-orang yang belum mengenalnya, dan membantu mereka mengenal lebih dalam tentang K-pop.

Tujuan utama admin @yoyuby93 dalam membuat konten K-pop di Instagram adalah untuk menghibur dan menginformasikan pengikutnya tentang K-pop. Admin ingin membuat konten yang menarik, kreatif, dan bermutu, yang bisa membuat pengikutnya tersenyum, tertawa, terharu, atau terinspirasi. Admin juga ingin membuat konten yang akurat, relevan, dan terkini, yang bisa memberikan pengikutnya wawasan dan pengetahuan baru tentang K-pop.

Adapun tantangan yang dihadapi admin @yoyuby93 dalam mengedit konten adalah : 1) Menjaga konsistensi dan kualitas konten. Dimana admin harus selalu mencari ide-ide segar dan menarik untuk kontennya, dan memastikan bahwa konten tidak melanggar hak cipta, etika, atau aturan Instagram. 2) Menjaga keseimbangan dan keragaman konten. Dimana admin harus memperhatikan preferensi dan kebutuhan pengikutnya, dan juga memberikan ruang dan kesempatan untuk artis-artis K-pop lainnya yang mungkin kurang populer atau dikenal. 3) Menjaga hubungan baik dan harmonis dengan komunitas. Admin harus menghormati dan menghargai pendapat dan perasaan pengikutnya, dan juga menghindari konflik dengan penggemar K-pop lainnya yang mungkin memiliki pandangan atau selera yang berbeda.

2. Gambaran tentang Admin @agustdmine93



Gambar 4.2 Akun Admin @agustdmine93

Admin @agustdmine93 juga mengidolakan BTS dari salah satu boyband K-Pop. Alasan mengidolakan K-Pop tersebut karena baginya BTS telah memotivasi dan mengajarkan banyak hal untuk dapat mencintai diri sendiri dan terus melangkah maju menggapai kesuksesan dan mimpi yang telah dibangun oleh seseorang tanpa memperdulikan perkataan buruk orang lain. Hal ini merupakan pandangan subjektif individu terhadap kualitas dan karakteristik boyband tersebut, menjadi dasar kuat bagi kekaguman dan dukungan mereka terhadap BTS sebagai idola mereka. Cara admin @agustdmine93 mengenal K-Pop adalah melalui teman dan admin pernah mengalami depresi yang berat selama hampir 8 tahun. Kemudian pada tahun 2020, saat itu admin diperkenalkan BTS oleh temannya dan akhirnya mendorong admin @agustdmine93 mencari tahu tentang BTS dan ada 1 member yang menarik perhatiannya yaitu Min yoongi atau dikenal sebagai Suga.

Adapun pengalaman admin @agustdmine93 sebagai pembuat konten dan admin dari sebuah fanbase selama satu tahun terakhir. Admin sering membagikan berita terbaru mengenai idola/idol grup BTS di platform Instagram, terutama ketika ada pembaruan (*update*) mengenai grup tersebut, perilisan video musik (MV), maupun perilisan single terbarunya. Admin @agustdmine93 tersebut merasa didorong oleh keinginan yang besar untuk menjadi salah satu orang yang

memberikan dukungan utama kepada idola/idol grup K-Pop yang mereka sukai dalam segala hal. Admin merasa tanggung jawab untuk menjadi yang pertama dalam mendukung, menyebarkan informasi, dan memberikan dukungan penuh kepada idola/idol grup K-Pop tersebut. Tujuan utama admin @agustdm93 dari pembuatan konten K-Pop adalah untuk menggunakan kreativitas dalam desain grafis, seperti mengedit foto dan video yang melibatkan idola atau idol grup K-Pop. Admin tersebut ingin menghasilkan konten yang menarik, unik, dan kreatif dengan menggabungkan elemen-elemen visual yang melibatkan idola/idol grup yang mereka sukai. Tantangan-tantangan admin @agustdm93 dalam mengedit konten yaitu membuat dan membagikan konten K-pop bukan hanya soal kreativitas, tetapi juga memerlukan pemahaman tentang aturan, sensitivitas terhadap preferensi pengikut, dan kemampuan untuk menjaga hubungan yang positif dalam komunitas penggemar.

3. Gambaran tentang Admin @yoza_anjelisa



Gambar 4.3 Akun Admin @yoza_anjelisa

Admin @yoza_anjelisa mengidolakan BTS karena boyband tersebut membantu admin dalam mengatasi masa sulit dalam kehidupan, terutama setelah mengalami patah hati dalam hubungan sebelumnya. Awalnya, kekaguman

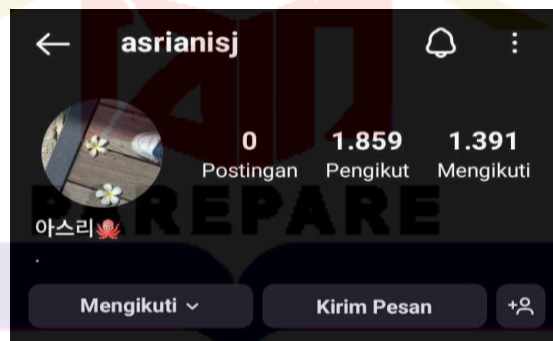
terhadap BTS dimulai setelah seseorang mengenal aktor Cha Eunwoo dari menonton drama Korea (drakor). Kemudian, saat melakukan penelusuran lebih lanjut di platform sosial seperti TikTok, hingga admin tersebut menemukan Jungkook dari BTS. Interaksi dan konten yang ditemukan di TikTok membantu admin ini mengenal BTS lebih lanjut, terutama melalui kehadiran Jungkook sebagai salah satu anggota BTS dalam konten-konten tersebut. Keterkaitan dengan Jungkook dan eksplorasi lebih lanjut tentang BTS membantu admin @yoza_anjelisa merasa kembali bangkit setelah mengalami masa sulit, memberikan semangat dan dorongan yang dibutuhkan dalam kehidupannya. Admin @yoza_anjelisa telah mengetahui atau mendengar tentang K-Pop sejak lama, tetapi baru benar-benar terjun atau mulai mendalami kegemaran K-Pop pada awal tahun 2023. Artinya, meskipun admin memiliki pengetahuan atau kesadaran tentang keberadaan K-Pop sebelumnya, keterlibatan aktif dan minat yang lebih dalam terhadap genre musik tersebut baru dimulai pada awal tahun 2023.

Admin @yoza_anjelisa baru-baru ini menjadi admin (administrator atau pengelola) di komunitas K-Pop dan sekarang sedang fokus dalam proses pengeditan konten-konten terkait K-Pop. Admin merasa bersyukur dengan peran barunya sebagai admin di lingkungan atau komunitas yang berkaitan dengan K-Pop. Hal yang mendorong admin @yoza_anjelisa untuk membuat konten terkait K-Pop adalah keyakinan bahwa konten tersebut dapat menjadi sumber hiburan bagi orang yang menontonnya. Admin tersebut percaya bahwa melalui konten yang mereka buat, orang yang menonton dapat merasa terhibur dan mungkin saja menjadi tertarik atau menyukai K-Pop lebih dari sebelumnya. Tujuan admin @yoza_anjelisa dalam membuat konten K-Pop adalah untuk menyediakan hiburan

bagi para penontonnya, sambil juga mengenalkan K-Pop kepada mereka yang sebelumnya tidak mengenalnya. Admin tersebut berharap bahwa melalui konten yang dibuat, admin dapat memperkenalkan dunia K-Pop kepada orang-orang yang belum akrab dengan genre tersebut. Admin berharap bahwa dengan mengeksplorasi K-Pop, orang-orang tersebut bisa menemukan kebahagiaan atau kesenangan baru.

Adapun tantangan utama yang dihadapi admin @agustdm93 dalam pembuatan konten K-Pop, yaitu menciptakan ide dan konsep yang menarik agar hasil konten tidak terasa membosankan atau monoton bagi para penonton. Dalam dunia K-Pop yang dinamis dan penuh dengan berbagai macam konten, menjaga agar ide dan konsep tetap segar dan menarik adalah hal yang sangat penting. Hal ini untuk memastikan bahwa konten yang dibuat tetap relevan dan menarik perhatian penonton, sehingga tidak membuat mereka merasa jenuh atau bosan.

4. Gambaran tentang Admin @asrianisj



Gambar 4.4 Akun Admin @asrianisj

Admin @asrianisj juga mengidolakan BTS, alasannya karena lirik-lirik lagu BTS yang dianggap memiliki makna yang mendalam dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Hal ini menunjukkan bagaimana lagu-lagu dari K-Pop

musik dapat memiliki dampak emosional yang kuat dan memberikan inspirasi kepada para penggemarnya. pengalaman admin @asrianisj mendengarkan lagu "Spring Day" dari BTS menjadi titik awal yang kuat bagi individu untuk mengenal dan tertarik dengan grup musik tersebut. Kesannya yang mendalam membuat admin merasa terhubung dan ingin mengeksplorasi lebih lanjut mengenai karya dan informasi lainnya tentang BTS.

Admin @asrianisj dari grup chat (*gc*) atau komunitas yang membahas tentang BTS sudah aktif sejak tahun 2020 hingga saat ini. Admin sering membagikan konten BTS di akun Instagram, tetapi ada perubahan dalam cara mereka membagikan konten akhir-akhir ini. Sebelumnya, admin tersebut sering membagikan konten BTS di bagian Instastory (cerita sementara) di Instagram. Namun, belakangan ini, mereka tidak seaktif dulu dalam membagikan konten ke bagian Instastory. Penggunaan Instastory sebagai platform untuk berbagi konten BTS telah berkurang, dan sekarang lebih fokus pada fitur lain seperti posting di Reels (video pendek). Admin mengurangi frekuensi membagikan konten ke Instastory dan lebih memilih untuk membagikannya melalui posting di Reels. Ini menunjukkan bagaimana kebiasaan atau preferensi dalam berbagi konten di platform media sosial dapat berubah dari waktu ke waktu.

Salah satu alasan yang mendorong admin @asrianisj tersebut adalah untuk mempromosikan dan membantu menyebarkan informasi terbaru tentang BTS kepada pengikut-pengikutnya di platform media sosial. Admin melihat tindakan ini sebagai cara untuk menunjukkan dukungan mereka kepada BTS. Jadi memberikan informasi terbaru tentang BTS kepada pengikutnya di media sosial merupakan cara bagi individu tersebut untuk membantu menyebarkan berita atau update terkini

seputar grup tersebut. Admin melihat tindakan ini sebagai bentuk dukungan yang konkret terhadap BTS, dengan harapan dapat memberikan informasi yang berguna atau menarik bagi pengikut-pengikutnya yang juga merupakan penggemar BTS. Admin @asrianisj tersebut memiliki beberapa tujuan dalam berbagi konten terkait BTS di media social yaitu memperkenalkan BTS kepada orang-orang yang belum mengenal grup tersebut, memberi informasi kepada penggemar yang sudah ada, dan juga memperoleh kepuasan pribadi melalui proses pembuatan konten terkait BTS untuk kesenangannya sendiri.

Tantangan utama yang dihadapi admin @agustdm93 dalam mengedit konten K-Pop, yaitu menciptakan ide dan konsep yang menarik agar hasil konten tidak terasa membosankan atau monoton bagi para penonton. Dalam dunia K-Pop yang dinamis dan penuh dengan berbagai macam konten, menjaga agar ide dan konsep tetap segar dan menarik adalah hal yang sangat penting. Hal ini untuk memastikan bahwa konten yang dibuat tetap relevan dan menarik perhatian penonton, sehingga tidak membuat mereka merasa jenuh atau bosan.

D. Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian di atas, sebelum melakukan penelitian penulis merumuskan kerangka konsep sebagai dasar dalam penelitian ini sebagai berikut:

4) Perilaku Fanatisme

Fanatisme adalah suatu keyakinan atau suatu pandangan tentang sesuatu yang positif atau negatif, tanpa alasan atau kenyataan tetapi, berakar begitu dalam sehingga sulit untuk dikoreksi atau diubah. Oleh karena itu, fanatisme sering dianggap sebagai perilaku yang tidak rasional dan tidak memungkinkan untuk menerima pendapat orang lain.

5) K-Popers

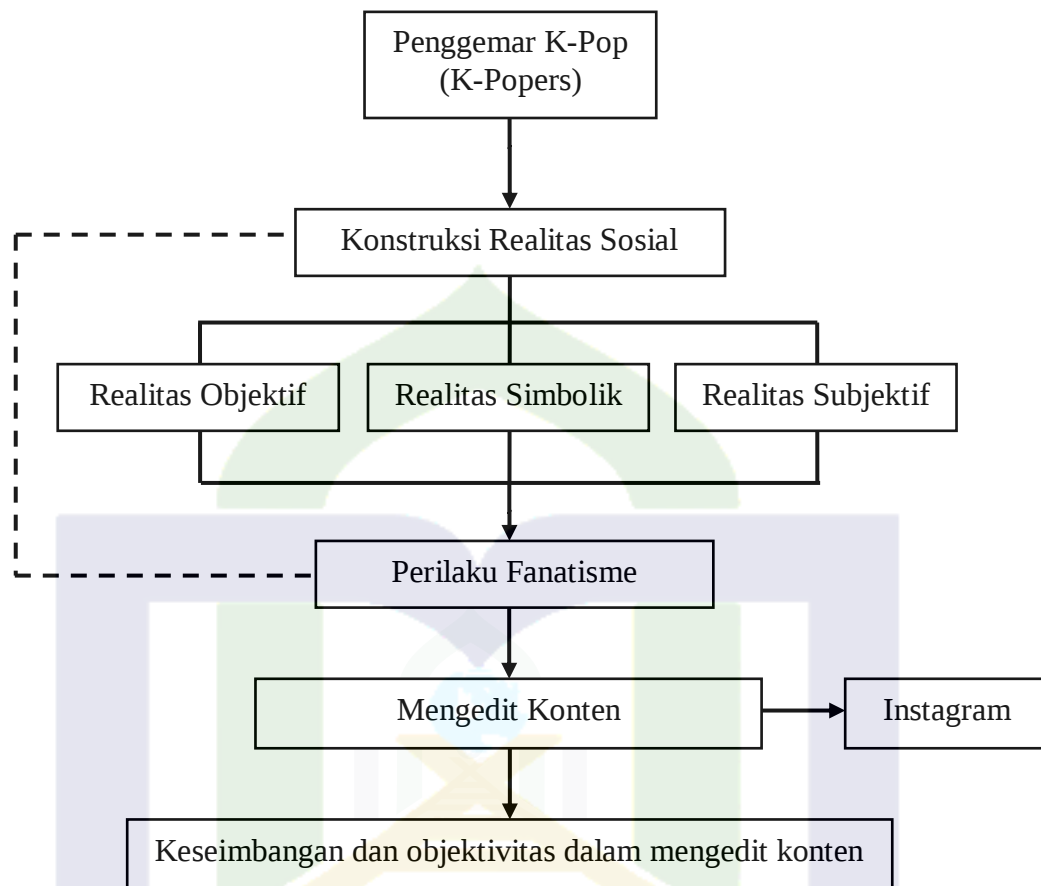
Kpopers merujuk pada individu atau kelompok yang sangat tertarik dan antusias terhadap segala hal yang berhubungan dengan K-Pop, termasuk musik, boyband, girlband, dan juga drama Korea (drakor).

6) Konten Instagram

Konten instagram adalah postingan yang mengacu pada semua jenis materi yang dibagikan atau dipublikasikan di platform media sosial instagram. Ini dapat mencakup berbagai bentuk konten seperti foto, video, cerita, captions, infografis, animasi dan banyak lagi.

E. Kerangka Berpikir

Kerangka pikir dimaksudkan sebagai landasan sistematis berfikir dan mengurangi masalah yang dibahas dalam penelitian skripsi ini. Kerangka pikir merupakan gambaran pola hubungan antara variabel - variabel yang akan digunakan untuk menjelaskan masalah yang akan diteliti nantinya. Dalam buku Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D yang ditulis oleh Sugiono, dijelaskan bahwa kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Berfikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Sebagaimana dikatakan bahwa penelitian kualitatif adalah proses penelitiannya yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tulisan atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.⁵⁶ Metode penelitian kualitatif digunakan untuk menjelaskan dan memahami bagaimana perilaku fanatisme Kpopers dalam mengedit konten pada akun admin K-Popers Instagram.

Penelitian fenomenologi adalah metode penelitian kualitatif yang berfokus pada pemahaman mendalam tentang pengalaman subjektif individu atau kelompok terhadap suatu fenomena deskriptif. Tujuan utamanya adalah untuk menjelajahi dan menggali makna subjektif dari pengalaman yang dirasakan oleh partisipan. Dalam penelitian fenomenologi, peneliti berusaha untuk mengeksplorasi elemen-elemen dasar yang membentuk pengalaman manusia.⁵⁷

Penelitian ini menerapkan penelitian fenomenologi deskriptif karena fokusnya adalah menggambarkan pemahaman mendalam tentang perilaku fanatisme maupun pengalaman subjektif individu atau kelompok pada penggunaan akun admin K-Popers di Instagram sebagai media alternatif dalam berekspresi oleh penggemar fanatik K-Pop, seperti akun admin @yoyuby93, @agustdm93, @yoza_anjelisa dan @asrianisj.

⁵⁶ Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014): 4.

⁵⁷ Sari, Ifit Novita, et al. *Metode penelitian kualitatif*. Unisma Press, 2022.

Metode penelitian ini juga sesuai dengan tujuan penelitian, dimana penelitian ini bertujuan untuk melihat alasan dan gambaran perilaku fanatisme Kpopers dalam mengedit konten pada akun admin K-Popers Instagram ditinjau dari teori konstruksi realitas sosial.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi penelitian

Subjek penelitian ini pada akun admin K-Pop Instagram. Subjek penelitian tersebut dipilih karena sesuai kebutuhan penelitian ini dimana memerlukan penelitian terkait perilaku fanatisme bagi penggemar K-Pop dan merupakan admin yang mengedit konten tentang K-Pop. Adapun akun admin K-Pop di Instagram sebagai subjek penelitian ini adalah admin @yoyuby93, @agustdm93, @yoza_anjelisa dan @asrianisj, mereka adalah penggemar K-Pop sekaligus konten kreator di Instagram yang senantiasa membuat dan membagikan berbagai konten tentang Idola K-Pop.

b. Waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 4 bulan yaitu pada tanggal 4 September s.d 31 Desember 2023 mulai dari pra penelitian hingga pasca penelitian. Waktu dan kegiatan penelitian ini dilaksanakan berdasarkan penjabaran pada tabel berikut.

Tabel 3.1 Waktu dan Kegiatan Penelitian

No	Kegiatan	September				Oktober				November				Desember			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pra Penelitian																	

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data di kelompokkan ke dalam dua bagian yaitu data primer dan data sekunder yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Sumber data primer

Data primer adalah informasi yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari individu yang relevan atau tempat yang terkait dengan penelitian.⁵⁹ Adapun informan dalam penelitian ini adalah admin akun penggemar K-Pop di Instagram yaitu admin @yoyuby93, @agustdm93, @yoza_anjelisa dan @asrianisj.

2. Sumber Sekunder

Data sekunder merupakan informasi yang sudah ada dan terdapat di lokasi penelitian dalam bentuk dokumen, laporan penelitian, serta referensi seperti buku dan jurnal yang terkait dengan topik penelitian.⁶⁰ Data penelitian ini berupa buku, jurnal, artikel, akun sosial media, dan konten admin komunitas dan penggemar K-Pop.

E. Teknik Pengumpulan Data

Setiap penelitian menggunakan berbagai teknik dan alat yang saling melengkapi untuk memastikan akurasi dan validitas data lapangan. Karena tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data, teknik pengumpulan data adalah tahap yang paling penting dalam melakukan penelitian. Berikut adalah metode dan sumber yang digunakan dalam penelitian ini :

⁵⁹ Sujarweni, V. Wiratna. *Metodelogi penelitian*. (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014).

⁶⁰ Budiman, Erwin, Sifrid Pangemanan, and Steven Tangkuman. "Analisis Perlakuan Akuntansi Aktiva Tetap pada PT. Hasjrat Multifinance Manado 2012." (*Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 2.1, 2014).

1. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan antara dua individu yang bertukar informasi dan ide melalui dialog tanya jawab, memungkinkan terciptanya pemaknaan dalam topik yang dibicarakan.⁶¹ Dalam penelitian ini, peneliti akan mewawancarai admin akun K-Popers Instagram yang terindikasi perilaku fanatisme dalam mengedit konten yaitu admin @yoyuby93, @agustdm93, @yoza_anjelisa dan @asrianisj.

2. Observasi

Observasi adalah proses yang melibatkan pengamatan terstruktur dari perilaku individu atau kelompok sebagai sumber data penelitian.⁶² Jenis observasi yang digunakan dalam konteks ini adalah observasi non partisipan, di mana pengamat tidak terlibat secara langsung dalam kegiatan yang diamati, melainkan mengamati dan mencatat perilaku yang terlihat dari kejauhan.⁶³ Dalam hal ini peneliti menggunakan metode observasi untuk mengamati perilaku fanatisme bagi penggemar K-Pop dan merupakan admin yang mengedit konten tentang K-Pop. Perilaku yang diamati seperti perilaku admin yang fanatik terhadap grup band K-Pop yaitu BTS dalam mengedit konten dimana kebanyakan konten yang dihasilkan didasarkan pada imajinasinya sebagai penggemar yang fanatisme.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merujuk pada proses pengumpulan data melalui bahan tertulis,

⁶¹ BK, M. K. U., & Hamna. "The Effectiveness of Jigsaw Learning Model by Using Numbered Cards: Strategy for Increasing Mathematics Learning Motivation Students in Elementary School". (*Pedagogik Journal of Islamic Elementary School*, 4.1, 2021), 1–18.

⁶² Hasanah, Hasyim. "Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial)." (*At-Taqaddum* 8.1, 2017).

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Pendekatan Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2017): 204.

foto, atau rekaman yang disiapkan karena diminta oleh peneliti. Metode ini telah lama digunakan dalam riset sebagai sumber data yang digunakan untuk menguji, menafsirkan, dan bahkan meramalkan hasil penelitian.⁶⁴ Oleh karena itu, data dokumentasi yang akan diperoleh peneliti yaitu berupa catatan terkait penelitian serta dokumentasi interview sebagai data penunjang terkait penelitian ini.

F. Teknik Analisis Data

Teknik yang digunakan dalam pemeriksaan keabsahan data adalah triangulasi. Menurut Sugiyono, teknik pengumpulan data triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.⁶⁵ Menurut Sugiyono ada tiga macam triangulasi data, yaitu:

1. Triangulasi Sumber

Teknik triangulasi digunakan untuk menjamin keabsahan data dalam penelitian. Sugiyono menggambarkan teknik ini sebagai penggabungan berbagai teknik dan sumber data yang berbeda untuk mengumpulkan informasi. Untuk memverifikasi keandalan data, peneliti memeriksa informasi dari berbagai sumber. Tidak seperti dalam penelitian kuantitatif yang meratakan data, dalam pendekatan ini, data dari berbagai sumber dideskripsikan, dikategorikan, dan dibandingkan untuk menemukan kesamaan, perbedaan, dan kekhasan.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji validitas data dilakukan dengan

⁶⁴ Rukajat, Ajat. *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative research approach)*. (Yogyakarta: Deepublish, 2018).

⁶⁵ Sugiyono, P. D. *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. (Penerbit CV. Alfabeta: Bandung, 2017): 225.

membandingkan data yang diperoleh dari sumber yang sama menggunakan teknik yang berbeda. Misalnya, informasi dari wawancara dibandingkan dengan observasi, dokumentasi, atau kuesioner. Jika hasil pengujian ini menghasilkan data yang berbeda, peneliti berdiskusi dengan sumber data tersebut atau sumber lainnya untuk memastikan kebenaran data.⁶⁶

3. Triangulasi Waktu

Selain itu, waktu pengumpulan data juga memengaruhi kredibilitasnya. Data yang dikumpulkan pada pagi hari, ketika narasumber masih segar dan belum terpengaruh banyak masalah, cenderung memberikan informasi yang lebih valid dan kredibel. Untuk memverifikasi keandalan data, pengecekan dapat dilakukan pada waktu atau situasi yang berbeda dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, atau teknik lainnya. Jika hasil pengecekan ini menghasilkan data yang berbeda, proses ini diulangi untuk memastikan keakuratannya. Triangulasi juga bisa dilakukan dengan membandingkan hasil penelitian dengan tim peneliti lain yang memiliki tugas pengumpulan data serupa.⁶⁷

G. Teknik Analisis Data

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan interpretasi terhadap data dan informasi yang terkumpul, dilakukan secara berkesinambungan dari awal hingga akhir penelitian. Dengan demikian Aktivitas dalam analisis data adalah sebagai berikut :

⁶⁶ Alfansyur, Andarusni, and Mariyani Mariyani. "Seni mengelola data: Penerapan triangulasi teknik, sumber dan waktu pada penelitian pendidikan sosial." (*Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah* 5.2, 2020).

⁶⁷ Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi*, (Makasar: Sekolah Tinggi Theologi, 2018)

1. Pengumpulan Data (Data Collection)

Pada tahap analisis model pertama, data dari wawancara, observasi, serta dokumen-dokumen yang telah dikategorikan sesuai dengan fokus penelitian dikumpulkan. Selanjutnya, dilakukan penyempurnaan data melalui pencarian data tambahan.⁶⁸ Dalam penelitian ini, setelah mengumpulkan data, data terkait perilaku fanatisme K-Popers dalam mengedit konten direduksi untuk diklasifikasikan ke dalam masing-masing permasalahan sehingga data tersebut dapat diartikan kesimpulan.

2. Data Reduction (Reduksi Data)

Proses reduksi data merupakan salah satu jenis analisis yang meliputi penyempurnaan, pengelompokan, pengurangan, penghilangan data yang tidak perlu, dan penyusunan sisa data secara terorganisir untuk memudahkan penarikan dan verifikasi kesimpulan akhir. Data yang dikumpulkan di lapangan seringkali sangat banyak, sehingga sangat penting untuk mendokumentasikannya secara teliti dan komprehensif. Reduksi data melibatkan merangkum, memilih elemen-elemen kunci, memprioritaskan aspek-aspek penting, mengidentifikasi pola dan tema, dan membuang informasi yang tidak relevan. Data yang direduksi memberikan pandangan yang jelas dan komprehensif, sehingga memudahkan peneliti mengumpulkan data tambahan dan melakukan analisis lebih lanjut bila diperlukan. Alat bantu elektronik seperti komputer dapat dimanfaatkan untuk membantu proses reduksi data dengan memberikan kode-kode pada komponen tertentu.⁶⁹

⁶⁸Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2009).

⁶⁹Huberman, Michael, and Matthew B. Miles. *The qualitative researcher's companion*. (Sage, 2002).

Proses reduksi melibatkan peringkasan data oleh seorang peneliti. Hal ini mencakup identifikasi informasi penting dan kategorisasi informasi tersebut berdasarkan huruf besar, huruf kecil, dan nilai numerik. Data yang dianggap tidak relevan atau tidak relevan selanjutnya dibuang.

3. Data Display (Penyajian Data)

Setelah data dikurangi, langkah selanjutnya adalah menampilkan data. Penampilan data dalam penelitian kualitatif dapat berupa ringkasan, diagram, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sebagainya. Selama proses penelitian, peneliti harus secara berkelanjutan menguji validitas hipotesis awal yang mungkin masih bersifat spekulatif. Jika data yang terkumpul di lapangan secara konsisten mendukung hipotesis tersebut, hipotesis itu kemudian dapat menjadi dasar teori yang valid. Pola tersebut akan disajikan dalam laporan akhir penelitian.⁷⁰

4 Conclusion Drawing/Verification

Tahap ketiga melibatkan penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang diajukan masih sifatnya sementara, dan dapat berubah apabila tidak ada bukti yang cukup kuat yang mendukungnya pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun, jika kesimpulan tersebut didukung oleh bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan tersebut dapat dianggap sebagai kesimpulan yang kredibel dan dapat dipercaya.⁷¹

Dalam penelitian kualitatif, kesimpulan diharapkan menciptakan temuan yang baru yang sebelumnya belum pernah terungkap. Temuan ini bisa berupa

⁷⁰Huberman, Michael, and Matthew B. Miles. *The qualitative researcher's companion*. (Sage, 2002).

⁷¹Yuliani, Wiwin. "Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif Dalam Perspektif Bimbingan Dan Konseling." (*Quanta* 2.2, 2018).

deskripsi atau gambaran mengenai suatu objek yang sebelumnya belum terdefiniskan dengan jelas, sehingga setelah diteliti, objek tersebut menjadi lebih terang dan terperinci.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian melalui pendekatan kualitatif, peneliti mendapatkan data mengenai perilaku fanatisme K-Popers pada akun komunitas dan penggemar di Instagram yang diperoleh dari metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Data yang didapatkan setelah peneliti melakukan penelitian, yaitu mengetahui bagaimana perilaku fanatisme K-Popers dalam mengedit konten dilihat dari realitas objektif, realitas simbolik dan realitas subjektif. Berikut adalah hasil penelitian tentang perilaku fanatisme K-Popers dalam mengedit konten pada akun komunitas dan penggemar di Instagram

1 Realitas Objektif Perilaku Fanatisme K-Popers dalam Mengedit Konten Pada Akun Komunitas dan Penggemar di Instagram

Realitas objektif dalam perilaku fanatisme K-Popers pada akun komunitas dan penggemar di Instagram mencakup fakta dan informasi yang dapat diamati atau diverifikasi secara umum oleh banyak orang, terlepas dari interpretasi atau pandangan subjektif individu.

a. Aplikasi Mengedit Konten

Adapun pendapat @yoyuby93 sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang hal yang dilakukan dalam mengedit konten K-Pop di Instagram.

Saya biasanya mengedit foto atau video K-Pop di Instagram dengan menggunakan aplikasi-aplikasi yang tersedia di ponsel saya, seperti Snapseed, VSCO, InShot, atau PicsArt. Saya melakukan beberapa hal ketika mengedit, seperti 1) Memotong atau mengubah ukuran foto atau video agar sesuai dengan format Instagram. 2) Menambahkan filter, efek, stiker, teks,

atau elemen-elemen lain yang menarik dan sesuai dengan tema konten. 3) Menyesuaikan warna, kontras, kecerahan, saturasi, atau parameter lain yang mempengaruhi kualitas visual konten. 4) Menyimpan hasil editan dalam resolusi yang tinggi dan format yang tepat.⁷²

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa cara admin @yoyuby93 melakukan proses editing foto atau video K-Pop di platform Instagram menggunakan aplikasi-aplikasi yang tersedia di ponselnya, seperti Snapseed, VSCO, InShot, atau PicsArt. Beberapa langkah yang dilakukan dalam proses editing tersebut di antaranya: 1) Memotong atau mengubah ukuran foto atau video agar sesuai dengan format Instagram. 2) Menambahkan filter, efek, stiker, teks, atau elemen-elemen lain yang menarik dan sesuai dengan tema konten. 3) Menyesuaikan warna, kontras, kecerahan, saturasi, atau parameter lain yang mempengaruhi kualitas visual konten. 4) Menyimpan hasil editan dalam resolusi yang tinggi dan format yang tepat. Langkah-langkah ini membantu admin @yoyuby93 dalam menyempurnakan konten K-Pop yang ingin mereka bagikan di Instagram, meningkatkan kualitas visual, dan memastikan bahwa konten tersebut sesuai dengan format dan gaya yang diinginkan.

Sedangkan, pendapat @agustdm93 sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang hal yang dilakukan dalam mengedit konten K-Pop di Instagram.

“Yang dilakukan ketika mengedit terutama video adalah mencari video mentahan yang akan dirangkai menjadi video cerita pendek atau POV yang menarik dan tidak membosankan.”⁷³

“Aku mengeditnya membutuhkan beberapa apk sih ide dan vidio atau fotoh sebagai alatnya untuk terbentuknya sebuah konten aku juga butuh musiknya idenya.”⁷⁴

“Biasanya saat mengedit foto atau vidio tentang BTS itu saya meningkatkan

⁷²yoyuby93. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

⁷³agustdm93. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

⁷⁴yoza_anjelisa. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

detail agar lebih realistis dan penambahan efek-efek agar lebih menarik.”⁷⁵

Berdasarkan beberapa pernyataan tersebut, menjelaskan bahwa saat admin @agustdm93, @yoza_anjelisa, @asrianisj mengedit konten dari mentahan dan dirangkai sesuai kreatifitasnya menggunakan aplikasi untuk membuatnya menjadi menarik dan tidak membosankan. Mereka membutuhkan beberapa aplikasi. Terkadang menambahkan efek-efek untuk menjadikan konten terlihat realistis dan penambahan membuat lebih menarik.

Berdasarkan pernyataan di atas, disimpulkan bahwa perilaku fanatisme admin dalam mengedit konten K-Pop dimana mereka rela menghabiskan waktunya untuk mengedit konten dari hasil mentahan menjadi konten sesuai dengan kreatifitas admin fanatisme. Mereka senantiasa menggunakan beberapa aplikasi untuk membuat kontennya terlihat menarik, berkualitas maupun realistis sesuai yang diinginkan. Musik juga ditambahkan yang menurutnya dapat memberikan suasana, emosi, atau nuansa tertentu pada konten yang sedang dibuat.

b. Aturan/Langkah Mengedit Konten

Adapun pendapat @yoyuby93 sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang aturan atau langkah yang diikuti saat mengedit konten K-Pop dan hal yang membuat memilih konten tertentu untuk diedit.

Aturan atau langkah yang saya ikuti saat mengedit konten K-Pop adalah 1) Memilih konten yang relevan, menarik, dan bermutu. Saya memilih konten berdasarkan sumber yang terpercaya, seperti akun resmi artis K-pop, media, atau fansite. Saya juga memilih konten yang memiliki nilai informasi, hiburan, atau inspirasi bagi pengikut saya. 2) Memeriksa hak cipta dan izin penggunaan konten. Saya memastikan bahwa konten yang saya edit tidak melanggar hak cipta pemilik asli, dan saya selalu mencantumkan kredit atau sumber konten di caption atau watermark. 3) Mengedit konten sesuai dengan tujuan dan target audiens. Saya mengedit konten dengan mempertimbangkan apa yang ingin saya sampaikan dan siapa yang akan

⁷⁵asrianisj. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

melihatnya. Saya juga mengedit konten dengan menghormati artis K-pop dan penggemar lainnya, tanpa menimbulkan kontroversi atau kesalahpahaman.⁷⁶

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa aturan atau prinsip yang diikuti oleh admin @yoyuby93 saat melakukan proses pengeditan konten terkait K-Pop. Yaitu memilih konten yang relevan, menarik, dan bermutu dari sumber yang terpercaya seperti akun resmi artis K-pop, media, atau fansite. Konten dipilih berdasarkan nilai informasi, hiburan, atau inspirasi yang dapat diberikan kepada pengikut. Memastikan bahwa konten yang diedit tidak melanggar hak cipta pemilik asli. Selalu mencantumkan kredit atau sumber konten di caption atau watermark. Mengedit konten dengan mempertimbangkan pesan yang ingin disampaikan dan siapa yang akan melihatnya. Menghormati artis K-pop dan penggemar lainnya, serta mengedit konten tanpa menimbulkan kontroversi atau kesalahpahaman.

Selanjutnya, pendapat @agustdm93 sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang aturan atau langkah yang diikuti saat mengedit konten K-Pop dan hal yang membuat memilih konten tertentu untuk diedit.

“Langkah yang saya ikuti adalah menyesuaikan foto dan video yang pas untuk diedit agar terlihat menarik.”⁷⁷
Ada beberapa faktor yang membuat saya tertarik itu untuk mengedit atau membuat konten tersebut pertama karena kepopulerannya, dan keestetikan. karena mengedit video konten BTS cenderung populer dan memiliki keestetikan sehingga orang yang melihatnya itu memiliki ketertarikan yang tinggi.⁷⁸

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa admin @agustdm93 dan @asrianisj mereka sama-sama memiliki aturan yaitu memilih foto dan video yang tepat dan

⁷⁶yoyuby93. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

⁷⁷agustdm93. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

⁷⁸asrianisj. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

memiliki potensi visual yang menarik sebelum diedit. Kemudian diperjelas oleh admin @asrianisj, ketertarikan admin tersebut pertama terjadi karena BTS adalah grup yang sangat populer. Dalam membuat konten yang berkaitan dengan BTS, admin memanfaatkan kepopuleran grup tersebut sebagai daya tarik untuk menarik minat lebih banyak orang. BTS memiliki penggemar yang besar, dan konten yang terkait dengan mereka cenderung menarik perhatian banyak orang. Faktor kedua adalah keindahan visual dari konten terkait BTS. Dalam mengedit video atau membuat konten, admin berusaha menciptakan estetika yang menarik dan menarik bagi mata penonton. Konten yang dirancang dengan estetika yang baik cenderung menarik minat orang-orang dan memiliki daya tarik yang tinggi.

Beberapa admin di atas memiliki aturan tertentu dalam membuat konten, berbeda dengan admin @yoza_anjelisa sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang tidak mengikat aturan saat mengedit konten K-Pop dan ada hal yang membuat memilih konten tertentu untuk diedit.

“Aturan kayaknya tidak terlalu ada aturan selagi itu kontennya yg wajar-wajar dan tau batasnya, aku memilih konten itu karna yang berhubungan sama K-Pop gitu.”⁷⁹

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa admin @yoza_anjelisa memilih konten terkait K-Pop, orang tersebut cenderung lebih fleksibel dan kurang mengikat diri pada aturan yang kaku. Meskipun admin tersebut tidak memiliki aturan yang kaku, mereka tetap memiliki kesadaran akan batasan-batasan tertentu. Admin memilih konten yang dianggap "wajar-wajar" dan memiliki pemahaman tentang apa yang dapat diterima atau tidak dalam konteks K-Pop.

Berdasarkan pernyataan di atas tentang aturan atau langkah yang diikuti saat

⁷⁹yoza_anjelisa. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

mengedit konten K-Pop dan hal yang membuat memilih konten ditemukan bahwa beberapa admin memiliki aturan tertentu dalam membuat konten. Akan tetapi, tidak semua admin memiliki atau mengikuti aturan tentu dalam membuat konten, karena biasanya hanya focus untuk membuat konten yang menarik dan relevan. Namun, admin memastikan bahwa konten yang dibuat tidak melanggar hak cipta dan berkonten dengan sewajarnya.

c. Objektif dalam Mengedit Konten

Adapun pendapat @yoyuby93 sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang apakah admin mengedit konten K-Pop secara objektif.

Ketika membuat konten, saya berusaha mengedit konten K-Pop secara objektif, yaitu dengan tidak memihak atau memfavoritkan artis K-pop tertentu, atau mengkritik atau menjelekkan artis K-Pop lainnya. Saya mengedit konten dengan berdasarkan fakta, data, atau sumber yang valid, dan tidak menyebarkan hoax, rumor, atau spekulasi. Saya juga mengedit konten dengan menghindari prasangka, stereotip, atau diskriminasi terhadap artis K-pop atau penggemar K-pop.⁸⁰

“Saya mengedit konten secara objektif karena tidak hanya bertujuan untuk menghibur anggota sebuah komunitas K-Pop tetapi dapat memberikan dampak positif dengan adanya konten yang saya buat.”⁸¹

“Iya, saya tidak ingin memasukkan bias pribadi saya ke dalam pekerjaan saya. Saya ingin konten yang saya edit terlihat profesional dan menarik bagi semua penggemar BTS, terlepas dari preferensi mereka.”⁸²

Berdasarkan beberapa pernyataan tersebut menjelaskan bahwa admin tersebut membuat konten secara objektif. Namun faktanya ketika diamati konten yang dibagikan tersebut tidak semua terlihat objektif. Mereka yang melakukan editing dengan hasil painting atau ilustrasi penggemar saja yang diedit melalui sebuah

⁸⁰yoyuby93. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

⁸¹agustdmine93. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

⁸²asrianisj. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

aplikasi. Hanya sedikit konten yang bersifat objektif seperti konten tentang informasi tentang album baru idolanya. admin @agustdm93 berfokus pada objektivitas dalam pengeditan konten K-Pop dengan harapan bahwa konten yang dihasilkan tidak hanya menghibur tetapi juga memberikan dampak positif bagi komunitas yang menikmatinya. Komitmen admin @yoyuby93 dan @asrianisj untuk membuat konten yang netral, profesional, dan menarik bagi semua penggemar BTS, tanpa campur tangan dari sudut pandang pribadi. Mengedit konten dengan menghindari prasangka, stereotip, atau diskriminasi. Hal ini mengisyaratkan bahwa mereka ingin menjaga objektivitas dalam konten yang admin buat dan memprioritaskan kesukaan dan kepuasan penggemar BTS secara keseluruhan.

Sedangkan, pendapat @yoza_anjelisa sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang apakah admin mengedit konten K-Pop secara objektif.

“Ya, kadang objektif dan kadang subjektif juga sih tergantung kontennya itu.”⁸³

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa pendekatan admin @yoza_anjelisa terhadap pengeditan konten K-Pop tidak selalu bersifat sepenuhnya objektif atau sepenuhnya subjektif, melainkan dapat bervariasi tergantung pada jenis konten yang sedang dihadapi.

Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa admin tidak sepenuhnya mengedit konten secara objektif. Terkadang mereka lebih sering membuat konten secara subjektif atau sesuai dengan imajinasi mereka sendiri. Hal ini menunjukkan adanya perilaku fanatisme dalam mengedit konten. Dimana aturan konten yang baik seharusnya dibuat secara objektif. Namun beberapa dari mereka

⁸³yoza_anjelisa. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

berusaha mengedit konten yang terhindar dari kontroversi komunitas dan penggemar lainnya.

d. Tahap Menyeleksi Konten

Adapun pendapat @yoyuby93 sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang bagaimana menyeleksi atau memilih konten K-Pop yang diposting.

Saya menyeleksi atau memilih konten yang diposting di komunitas K-Pop dengan menggunakan beberapa kriteria, seperti 1) Keterkaitan dengan topik atau tema K-Pop. Saya memilih konten yang berkaitan dengan K-Pop, seperti musik, video, berita, trivia, atau meme. Saya tidak memilih konten yang tidak ada hubungannya dengan K-Pop, seperti politik, agama, atau hal-hal pribadi. 2) Kesesuaian dengan waktu dan situasi. Saya memilih konten yang sesuai dengan waktu dan situasi yang terjadi, seperti comeback, ulang tahun, penghargaan, atau isu-isu terkini. Saya tidak memilih konten yang sudah usang, basi, atau tidak relevan.. 3) Kepuasan dan kepentingan pengikut. Saya memilih konten yang bisa memuaskan dan memenuhi kepentingan pengikut saya, seperti memberikan informasi, hiburan, atau inspirasi. Saya tidak memilih konten yang bisa mengecewakan atau merugikan pengikut saya, seperti memberikan spoiler, sensasi, atau provokasi.⁸⁴

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa kriteria yang digunakan admin @yoyuby93 dalam menyeleksi atau memilih konten yang akan diposting di komunitas K-Pop yaitu 1) Prioritas dalam memilih konten adalah yang berkaitan langsung dengan topik atau tema K-Pop, seperti musik, video, berita, trivia, atau meme. 2) Konten dipilih berdasarkan kesesuaian dengan waktu dan situasi yang sedang terjadi dalam industri K-Pop, seperti comeback, ulang tahun, penghargaan, atau isu-isu terkini. Konten yang sudah usang, basi, atau tidak relevan dengan situasi saat itu tidak dipilih. 3) Memilih konten yang dapat memuaskan dan memenuhi kepentingan pengikut dengan memberikan informasi, hiburan, atau inspirasi. Konten yang berpotensi mengecewakan atau merugikan pengikut, seperti memberikan

⁸⁴yoyuby93. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

spoiler, sensasi, atau provokasi, tidak dipilih.

Selanjutnya, pendapat @agustdmine93 sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang bagaimana admin menyeleksi atau memilih konten K-Pop yang diposting.

“Langkah-langkah yang saya ambil adalah menelaah informasi yang saya dapat kemudian dijadikan sebuah konten yang positif, informatif dan juga menghibur.”⁸⁵

“Ya, kita harus liat dulu isi kontennya apakah masih diatas kewajaran isinya tidak menjelekkan sesuatu atau apa bagus dan menarik”.⁸⁶

“Mencari konten yang relevan, untuk langkah-langkahnya yaitu pertama menentukan tujuan posting, mempertimbangkan target audiens, memastikan konten termasuk akurat dan faktual.”⁸⁷

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa para admin tersebut menyeleksi informasi dengan memilih konten yang positif, menghibur, wajar dan positif. Diantaranya, admin berusaha untuk memastikan bahwa konten yang dipilih relevan dengan tujuan posting, sesuai dengan target audiens yang dituju, dan terutama akurat serta faktual sebelum dipublikasikan. Hal ini merupakan strategi yang baik dalam memilih konten yang tepat untuk diposting di media sosial guna menjaga kualitas dan kebermanfaatan dari konten yang dibagikan.

Berdasarkan pernyataan-pernyataan di atas, ditemukan bahwa admin menyeleksi atau memilih konten K-Pop yang akan diposting melakukan pertimbangan dengan permintaan komunitas dan penggemar K-Pop yang dapat menarik, menghibur, layak dan informatif.

⁸⁵agustdmine93. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

⁸⁶yoza_anjelisa. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

⁸⁷asrianisj. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

e. Tujuan/Pesan yang disampaikan

Adapun pendapat @yoyuby93 sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang tujuan atau pesan yang ingin disampaikan kepada anggota komunitas K-Pop di Instagram melalui kontennya.

Tujuan atau pesan yang ingin saya sampaikan kepada anggota komunitas K-Pop di Instagram adalah untuk membagikan kecintaan saya terhadap musik dan budaya Korea, serta menginspirasi orang lain untuk mengekspresikan diri mereka melalui seni. Saya ingin pengikut K-Pop mengetahui atau belajar tentang berbagai genre, grup, dan artis K-Pop yang ada, serta menghargai keragaman dan kreativitas dalam komunitas ini.⁸⁸

“Ya, tujuannya itu biar jadi sebuah hiburan bagi yang nonton dan khususnya buat yang nggak kenal K-Pop jadi kenal gitu biar mereka bisa mencari kebahagiaan mereka masing-masing.”⁸⁹

Tujuannya itu kalau untuk kepentingan bersama mempromosikan idol saya ke orang-orang yang gak ngikutin, kalau untuk sesama penggemar itu biar ga ketinggalan update an dari BTS dan terakhir untuk saya pribadi itu tujuannya untuk nyenangkan diri aja misalnya dengan konten-konten vidio halunya. soalnya itu aku punya kesenangan tersendiri juga dengan membuat konten-konten seperti itu.⁹⁰

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa rata-rata admin tersebut membagikan konten K-Pop untuk memperkenalkan Idola K-Popnya yang dianggap memiliki kelebihan-kelebihan agar diperkenal dengan banyak orang sehingga membuat mereka bahagia. Diantaranya, admin ingin membuat konten untuk kesenangannya tersendiri.

Selanjutnya, pendapat @agustdmine93 sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang tujuan atau pesan yang ingin disampaikan kepada anggota komunitas K-Pop di Instagram.

Saya ingin membuat pengikut K-Pop tersebut mendapatkan dampak positif

⁸⁸yoyuby93. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

⁸⁹yoza_anjelisa. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

⁹⁰asrianisj. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

dari idolanya seperti saya yang mengidolakan Suga yang suka berbagi lama-lama kelamaan beberapa tahun mendirikan sebuah yayasan peduli anak penderita kanker.⁹¹

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa admin @agustdm93 ingin mengilhami pengikut K-Pop, memberikan mereka pemahaman bahwa idolanya (dalam hal ini, Suga selaku member BTS) tidak hanya memiliki dampak positif dalam musiknya tetapi juga dalam kehidupan nyata melalui tindakan yang mulia. Dengan menggambarkan bagaimana Suga, dari waktu ke waktu, telah melakukan perbuatan baik seperti mendirikan yayasan peduli anak penderita kanker, mereka ingin menyoroti pengaruh positif yang bisa dimiliki oleh seorang idol di luar kehidupan musiknya. Jadi tujuan admin @agustdm93 adalah agar pengikutnya bisa merasakan dampak positif yang sama dari idolanya, menginspirasi mereka untuk melakukan perbuatan baik atau mengambil tindakan positif dalam kehidupan mereka sendiri. Ini menunjukkan bahwa seorang idol tidak hanya memberikan pengaruh dalam bidang hiburan, tetapi juga dalam mendorong perubahan sosial yang baik.

Berdasarkan pernyataan di atas, ditemukan bahwa secara keseluruhan tujuan admin mengedit dan membagikan konten K-Pop di Instagram adalah untuk memperkenalkan kelebihan idolanya dan kecintaannya pada idola kepada penggemar lainnya, mereka juga mengedit konten untuk kesenangan sendiri seperti memenuhi halusinasinya.

Adapun pendapat @yoyuby93 sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang apakah ada perbedaan dalam caranya memandang konten sebelum diposting dan setelah diposting.

Ada perbedaan dalam cara saya memandang konten sebelum diposting dan setelah diposting. Sebelum diposting, saya memeriksa kualitas dan

⁹¹agustdm93. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

orisinalitas konten saya, serta memastikan bahwa saya tidak melanggar hak cipta atau aturan Instagram. Setelah diposting, saya mengamati respons dan interaksi dari pengikut saya, serta mencari cara untuk meningkatkan konten saya di masa depan.⁹²

Pernyataan tersebut mencerminkan dua tahap dalam siklus konten admin @yoyuby93 yaitu persiapan sebelum publikasi dan refleksi setelah dipublikasikan. Sebelum membagikan konten, ada tahap evaluasi yang melibatkan penilaian terhadap kualitas dan orisinalitas konten yang akan diposting. Selain itu, penting untuk memastikan bahwa konten tersebut mematuhi aturan hak cipta dan kebijakan Instagram untuk menghindari pelanggaran. Setelah konten dipublikasikan, perhatian diberikan kepada respons dan interaksi dari pengikut. Ini bisa mencakup komentar, like, atau share dari mereka yang melihat konten. Observasi respons ini membantu dalam memahami bagaimana pengikut bereaksi terhadap konten yang dibagikan. Selanjutnya, pendapat @agustdm93 sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang apakah ada perbedaan dalam cara kamu memandang konten sebelum diposting dan setelah diposting.

“Sebelum dipublikasikan harus ditinjau kembali agar setelah dipublish tidak menimbulkan respon negatif atau kontra dari pengguna Instagram.”⁹³

Pernyataan tersebut menjelaskan pendapat admin @agustdm93 bahwa pentingnya menjalani proses peninjauan konten sebelum dipublikasikan untuk mencegah kemungkinan respon negatif atau kontra dari pengguna Instagram setelah konten dipublikasikan. Dengan mempertimbangkan dan meninjau kembali konten sebelum dipublikasikan, tujuannya adalah untuk memastikan bahwa konten yang diunggah tidak memicu respons negatif atau kontra yang dapat mempengaruhi

⁹²yoyuby93. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

⁹³agustdm93. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

reputasi atau interaksi di platform tersebut. Selanjutnya, pendapat @yoza_anjelisa sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang apakah ada perbedaan dalam cara kamu memandang konten sebelum diposting dan setelah diposting.

“Iyaa ada, aku harus melihat konten aku ini layak nggak buat diposting menarik nggak apa kah ada kesalahan itu harus diliat dulu nanti agar tidak terjadi sebuah kesalahan yang menejerumuskan ke sebuah hujatan gitu.”⁹⁴

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa admin @yoza_angelisa menekankan pentingnya melakukan pengecekan atau evaluasi terhadap konten sebelum diposting. Dengan melakukan pengecekan sebelum memposting, tujuannya adalah untuk memastikan bahwa konten yang diunggah memenuhi standar tertentu dan tidak menyebabkan kesalahpahaman atau reaksi negatif dari pengguna Instagram atau komunitas online lainnya. Selanjutnya, pendapat @asrianisj sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang apakah ada perbedaan dalam cara kamu memandang konten sebelum diposting dan setelah diposting.

“Untuk perbedaannya tidak ada, menurut saya itu sama aja sebelum dan sesudah posting.”⁹⁵

Pernyataan tersebut menjelaskan pendapat admin @asrianisj bahwa hasil atau kondisi sebelum dan sesudah melakukan posting konten tidak mengalami perubahan.

Berdasarkan pernyataan di atas, ditemukan bahwa admin memandang konten sebelum diposting dan setelah diposting dimana mereka mempertimbangkan kualitas, kelayakan dan respon dari orang-orang yang melihat atau menonton konten tersebut.

⁹⁴yoza_anjelisa. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

⁹⁵asrianisj. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

f. Menanggapi/Merespon komentar pada Konten

Adapun pendapat @yoyuby93 sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang bagaimana admin menanggapi umpan balik atau respons dari anggota komunitas terhadap konten K-Pop yang diposting.

Menanggapi umpan balik atau respons dari anggota komunitas dengan terbuka dan positif. Saya menerima kritik konstruktif dan saran yang membantu, serta mengucapkan terima kasih atas pujian dan dukungan yang diberikan. Saya juga menghindari konflik atau drama yang tidak perlu, serta menghormati pendapat dan selera yang berbeda. Saya membuat penyesuaian atau perubahan pada konten saya berdasarkan umpan balik yang relevan dan bermanfaat, serta mempertahankan gaya dan identitas saya sebagai kreator.⁹⁶

“Ada perubahan yang dilakukan jika terjadi kesalahpahaman dalam informasi yang saya sampaikan saya akan kembali menelaah informasi yang akurat kemudian mempublikasikannya kembali.”⁹⁷

Dalam menanggapi umpan balik atau respons itu saya menerima dan menunjukkan bahwa saya menghargai respons Mereka. Jika umpan balik atau respons mereka berupa kritik atau saran yang sifatnya membangun tentunya saya akan melakukan perubahan atau penyesuaian.⁹⁸

Beberapa pernyataan tersebut menjelaskan bahwa admin menanggapi dengan baik umpan balik atau respon yang diterima dari orang-orang yang mengomentari konten mereka. Mereka memiliki sikap terbuka terhadap umpan balik yang diberikan oleh orang lain. Mereka melihatnya sebagai kesempatan untuk belajar dan berkembang, terutama jika umpan balik tersebut bersifat kritik yang dapat membantu dalam meningkatkan kualitas dari konten atau karyanya.

⁹⁶yoyuby93. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

⁹⁷agustdmine93. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

⁹⁸asrianisj. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

Sedangkan, pendapat @yoza_anjelisa sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang bagaimana menanggapi umpan balik atau respons dari anggota komunitas terhadap konten K-Pop yang diposting.

“Ya, kadang banyak yang nggak suka konten kita tapi selama aku ngedit sih allhamdulillah banyak yang suka dan respon mereka baik semua.”⁹⁹

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa pengalaman admin @yoza_anjelisa yang cukup umum dalam menciptakan konten. Terkadang, konten yang dibuat tidak selalu disukai oleh semua orang. Ini adalah hal yang wajar dalam menciptakan konten di mana preferensi dan selera orang berbeda-beda. Meskipun ada yang tidak menyukai konten yang dibuat, orang tersebut merasa bersyukur karena sebagian besar merespons dengan baik. Ini menunjukkan apresiasi terhadap dukungan dan respon positif yang diterima. Respon positif dari sebagian besar orang menjadi suatu bentuk penghargaan dan motivasi untuk terus menciptakan konten yang disukai oleh banyak orang.

Berdasarkan pernyataan di atas, disimpulkan bahwa admin menanggapi dengan baik respon dari orang-orang yang melihat kontennya. Konten K-Pop yang dibuat admin terkadang mendapatkan respon positif dan pujian atas konten yang di edit admin. Namun ada juga respon yang tidak suka atau memberi kritik terhadap konten yang dibuat admin tersebut. Admin berusaha untuk meningkatkan atau memperbaiki kontennya jika mendapati respon yang tidak mendukung.

⁹⁹yoza_anjelisa. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

2 Realitas Simbolik Perilaku Fanatisme K-Popers dalam Mengedit Konten Pada Akun Komunitas dan Penggemar di Instagram

Fenomena fanatisme dalam komunitas K-Pop di media sosial seperti Instagram sering kali mencerminkan realitas simbolik yang kompleks. Realitas simbolik menunjukkan bagaimana cara admin K-Popers memahami dunia sekitar K-Pop dan berinteraksi dengan simbol, konsep, atau representasi dalam kehidupan sehari-hari.

a. Hal yang difokuskan pada Konten dan Arti Khusus

Adapun pendapat @yoyuby93 sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang hal yang ditambahkan atau difokuskan dalam konten K-Pop dan apakah memiliki arti khusus.

Saya biasanya mengedit foto atau video K-Pop di Instagram dengan Hal-hal yang selalu saya tambahkan atau saya fokuskan dalam konten K-Pop yang saya edit di Instagram adalah visual, audio, dan teks. Saya memilih gambar atau video yang menarik dan berkualitas tinggi dari idola atau grup K-Pop favorit saya, serta menyesuaikan warna, filter, dan efek yang cocok. Saya menambahkan musik atau suara yang sesuai dengan tema atau suasana konten saya, serta mengeditnya agar terdengar jelas dan harmonis. Saya menulis teks yang informatif, menarik, atau lucu untuk menambahkan nilai atau pesan pada konten saya, serta menggunakan font, ukuran, dan warna yang mudah dibaca dan estetik. Hal-hal ini punya arti khusus bagi saya dan pengikut saya, karena mereka menunjukkan keterampilan, bakat, dan kepribadian saya sebagai kreator, serta membuat konten saya lebih menonjol dan berbeda dari yang lain.¹⁰⁰

Pernyataan tersebut menjelaskan bagaimana admin @yoyuby93 mengedit konten K-Pop di Instagram. Admin tersebut fokus pada aspek visual, audio, dan teks dalam konten mereka. Prosesnya meliputi pemilihan foto atau video berkualitas tinggi dari idola atau grup K-Pop favorit, penyesuaian warna, filter, dan efek, penambahan musik atau suara yang sesuai dengan tema, serta penulisan teks yang

¹⁰⁰yoyuby93. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

informatif, menarik, atau lucu dengan font yang mudah dibaca dan estetik. Selain sekadar menyunting, ini juga merupakan cara bagi mereka untuk menunjukkan keterampilan, bakat, dan kepribadian sebagai seorang kreator, serta membuat konten mereka lebih menonjol dan unik. Selanjutnya, pendapat @agustdm93 sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang hal yang ditambahkan atau fokuskan dalam konten K-Pop dan apakah memiliki arti khusus.

“Ada arti khusus bagi pengikut yaitu pengikut mengetahui seluk-beluk dan latar belakang lagu itu diciptakan oleh idol K-Pop tersebut.”¹⁰¹

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa ada arti khusus bagi pengikut admin @agustdm93 yang memiliki pemahaman mendalam tentang konteks di balik penciptaan lagu oleh idola K-Pop. Mereka tidak hanya menikmati lagu tersebut sebagai karya seni, tetapi juga memahami konteks di balik penciptaannya, termasuk informasi tentang proses kreatif, inspirasi, dan latar belakang dari lagu itu sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa pengikut memiliki minat yang lebih dalam terhadap karya-karya idola K-Pop mereka dan ingin memahami lebih banyak tentang proses kreatif di balik lagu-lagu yang mereka sukai. Selanjutnya, pendapat @yoza_anjelisa sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang hal yang ditambahkan atau fokuskan dalam konten K-Pop dan apakah memiliki arti khusus.

“Ya itu aku memperlihatkan sebuah rasa cinta aku sma idol aku atau aku melihat sisi kebanggaan aku sma idol aku.”¹⁰²

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa admin @yoza_anjelisa mengekspresikan cinta dan kebanggaan mereka terhadap idola mereka. Dengan kata lain, mereka menunjukkan bahwa mereka memiliki perasaan cinta yang kuat terhadap

¹⁰¹agustdm93. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

¹⁰²yoza_anjelisa. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

idola tersebut atau mereka merasa bangga akan prestasi atau sifat-sifat positif yang dimiliki oleh idola tersebut. Selanjutnya, pendapat @asrianisj sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang hal yang ditambahkan atau fokuskan dalam konten K-Pop dan apakah memiliki arti khusus.

“Saya lebih memfokuskan konten Fancam, reaction vidio, promosi Comeback, dan konser. bagi saya itu punya arti khusus.”¹⁰³

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa saat admin @asrianisj memfokuskan diri pada jenis konten tertentu terkait BTS, seperti Fancam (video penggemar), reaction video, promosi Comeback (rilis album baru), dan konser, karena konten-konten tersebut memiliki arti khusus baginya.

Berdasarkan pernyataan di atas, banyak hal yang admin @yoyuby93 tambahkan atau fokuskan dalam kontennya seperti menambahkan efek, musik, audio, filter dan teks pada kontennya karena ingin membuat konten lebih menonjol dari yang lain. Begitupun admin @agustdm93 yang menambahkan lagu dimana memiliki arti khusus baginya. Sedangkan admin @yoza_anjelisa memperlihatkan sisi kebanggaan dan rasa cintanya kepada idol. Kemudian admin @asrianisj memfokuskan konten Fancam, reaction vidio, promosi Comeback, dan konser dimana memiliki arti khusus bagi admin tersebut.

b. Simbol/Unsur pada Konten

Adapun pendapat @yoyuby93 sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang simbol atau unsur tertentu diperlihatkan dalam konten yang diedit.

Simbol atau unsur tertentu yang sering saya perlihatkan dalam konten yang saya edit adalah logo, warna, atau slogan dari fandom K-Pop yang saya ikuti, seperti BTSARMY, BLINK, EXO-L, ONCE, dll. Simbol atau unsur

¹⁰³asrianisj. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

ini memiliki makna penting bagi saya dan pengikut saya, karena mereka menunjukkan rasa bangga, loyalitas, dan solidaritas kami terhadap idola atau grup K-Pop yang kami dukung, serta membuat kami merasa terhubung dan berbagi pengalaman bersama.¹⁰⁴

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa dalam konten yang diedit admin @yoyuby93 sering menampilkan simbol atau unsur tertentu yang terkait dengan fandom K-Pop yang mereka ikuti, seperti logo, warna, atau slogan dari fandom tertentu seperti BTSARMY, BLINK, EXO-L, ONCE, dan sebagainya. Simbol atau unsur ini memiliki makna penting bagi pembuat konten dan pengikut mereka. Mereka tidak hanya menunjukkan rasa bangga, loyalitas, dan solidaritas terhadap idola atau grup K-Pop yang didukung, tetapi juga membangun rasa keterhubungan dan berbagi pengalaman bersama-sama dalam komunitas fandom. Ini juga menjadi cara bagi mereka untuk menunjukkan identitas dan kebersamaan dalam komunitas yang sama.

Adapun pendapat @agustdm93 sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang simbol atau unsur tertentu diperlihatkan dalam konten yang diedit.

Ada simbol yang selalu saya tampilkan itu love berwarna ungu 🍆 yaitu memiliki warna dari ciri khas BTS itu sendiri ✨ sparkle memiliki arti bahwa konten yang saya buat saya harapkan akan terus bersinar dan membawa dampak positif.¹⁰⁵

“Simbolnya yah simbol cinta kami saja terhadap idol kami rasa bangga kami kayak emot love 🍆.”¹⁰⁶

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa simbol yang sering ditampilkan admin adalah love berwarna ungu 🍆 yang merupakan ciri khas dari BTS atau sebagai cinta kepada idolanya. Selain itu, simbol sparkle ✨ mengandung arti bahwa konten yang dibuatnya diharapkan akan terus bersinar dan membawa dampak positif. Ini

¹⁰⁴yoyuby93. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

¹⁰⁵agustdm93. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

¹⁰⁶yoza_anjelisa. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

menunjukkan harapan bahwa konten yang dibuatnya akan memiliki pengaruh baik dan memberikan inspirasi atau kegembiraan kepada pengikutnya, sebagaimana harapan bahwa BTS juga memberikan dampak positif pada orang-orang yang mendengarkan musik mereka.

Sedangkan pendapat @agustdm93 sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang simbol atau unsur tertentu diperlihatkan dalam konten yang diedit.

“Saya menggunakan unsur yang khas dari budaya Korea, seperti tulisan Korea, pesan-pesan positif dan inspiratif. Unsur ini dapat membuat konten K-Pop terasa lebih autentik dan mewakili pesan-pesan dari idolanya.”¹⁰⁷

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa admin @asrianisj menggunakan unsur-unsur khas dari budaya Korea dalam kontennya terkait K-Pop, termasuk tulisan Korea, pesan-pesan positif, dan inspiratif. Mereka percaya bahwa penggunaan unsur-unsur ini dapat menambahkan keaslian pada konten K-Pop dan mewakili pesan-pesan yang diusung oleh idola mereka.

Berdasarkan pernyataan di atas, ditemukan bahwa admin menambahkan simbol atau unsur tertentu diperlihatkan dalam konten yang dieditnya seperti bagi admin @yoyuby93 menambahkan logo, warna, atau slogan dari fandom K-Pop untuk menunjukkan rasa kebanggaan, solidaritas dan loyalitasnya terhadap idol dan grup K-Pop yang didukungnya. Admin @agustdm93 dan @yoza_anjelisa lebih sering menambahkan emoticon yang memiliki arti khusus seperti emoticon love berwarna ungu sebagai symbol kecintaan dan kebanggan pada BTS serta emoticon sparkle yang memiliki arti bahwa konten yang dibuat dapat terus bersinar dan membawa dampak positif. Sedangkan admin @asrianisj menggunakan unsur khas seperti tulisan korea dan pesan positif dan inspiratif pada setiap kontennya.

¹⁰⁷asrianisj. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

c. Hal yang dipilih dalam mengedit konten

Adapun pendapat @yoyuby93 sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang hal yang dipilih dan ditambahkan dalam mengedit konten K-Pop.

Saya memilih apa yang ingin saya tambahkan dalam editan saya berdasarkan tema, warna, dan gaya dari video musik atau foto yang saya gunakan. Saya juga mempertimbangkan konsep dan pesona dari idol atau grup K-Pop yang saya sukai. Misalnya, jika saya ingin membuat editan untuk Haluin BTS, saya akan menggunakan warna-warna yang cerah, efek-efek yang dinamis, dan font-font yang modern. Saya juga akan menambahkan beberapa kata-kata yang menggambarkan kekuatan dan karisma mereka.¹⁰⁸

Pernyataan tersebut menjelaskan bagaimana admin @yoyuby memilih elemen-elemen untuk ditambahkan dalam editan mereka berdasarkan tema, warna, dan gaya dari video musik atau foto yang mereka gunakan. Mereka juga mempertimbangkan konsep dan pesona dari idol atau grup K-Pop yang mereka sukai. Contohnya, jika mereka ingin membuat editan untuk Haluin BTS, mereka akan memilih warna-warna cerah, efek-efek dinamis, dan font-font yang modern. Mereka juga akan menambahkan kata-kata yang menggambarkan kekuatan dan karisma dari BTS. Ini adalah cara bagi mereka untuk menghadirkan editan yang sesuai dengan karakter dan pesona dari idola atau grup K-Pop yang mereka gemari, sehingga dapat menggambarkan esensi dan vibe yang tepat. Adapun pendapat @agustdm93 sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang hal yang dipilih dan ditambahkan dalam mengedit konten K-Pop.

Yang ingin saya tambahkan dalam editan saya adalah gambar dari album tersebut supaya pengguna Instagram atau website tertentu mengetahui konten dari album apakah yang saya buat.¹⁰⁹

¹⁰⁸yoyuby93. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

¹⁰⁹agustdm93. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa admin @agustdm93 setiap bikin konten ingin menambahkan gambar dari album tertentu ke dalam editannya. Tujuannya adalah agar pengguna Instagram atau pengunjung situs web tertentu dapat langsung mengidentifikasi konten dari album apa yang dibuat oleh pembuat editan tersebut. Dengan menampilkan gambar album, mereka berharap bahwa orang yang melihat editan mereka akan segera mengenali album yang dibahas atau diwakili dalam konten tersebut, memberikan informasi yang jelas dan langsung terkait dengan karya yang sedang dipromosikan atau dibagikan. Adapun pendapat @yoza_anjelisa sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang hal yang dipilih dan ditambahkan dalam mengedit konten K-Pop.

“Aku memilih dengan cara melihat sisi mana yang mau aku ambil dulu baik dari sisi ketampanan prestasinya atau kejailan yang lucu yang bikin mereka yang nonton suka lah gitu.”¹¹⁰

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa admin @yoza_anjelisa memilih bagian mana dari idola atau grup K-Pop yang ingin mereka soroti atau fokuskan terlebih dahulu dalam konten yang mereka buat. Mereka bisa memilih untuk menyoroti sisi ketampanan atau prestasi yang serius dari idola tersebut, atau sisi lucu dan menggemaskan yang bisa membuat penggemar atau penonton senang dan tertarik. Pemilihan ini bisa didasarkan pada karakteristik atau aspek tertentu dari idola atau grup tersebut yang menurut pembuat konten memiliki daya tarik atau keunikan yang ingin mereka tonjolkan dalam konten yang mereka buat. Adapun pendapat @asrianisj sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang hal yang dipilih dan ditambahkan dalam mengedit konten K-Pop.

“Saya memilih yang ingin saya tambahkan dalam editan itu mencari tau

¹¹⁰yoza_anjelisa. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

dulu berita apa yang sedang ramai dibahas dalam komunitas penggemar BTS misalnya mengenai comeback dan itu bentuk dukungan saya terhadap BTS.”¹¹¹

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa admin @asrianisj memilih konten yang ingin mereka tambahkan atau edit dalam konteks tertentu, seperti misalnya dalam pengeditan video atau konten terkait BTS. Mereka mencari informasi terlebih dahulu mengenai berita yang sedang ramai dibicarakan dalam komunitas penggemar BTS, seperti mengenai comeback (perilisan album baru) grup tersebut.

Berdasarkan pernyataan-pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa admin memiliki pertimbangan dalam memilih dan menambahkan sesuatu pada kontennya seperti penggunaan tema, warna, filter, music dan style pada kontennya untuk membuat konten lebih menarik. Admin memilih konten yang relevan dan ada juga memilih dari sisi yang terlihat menarik pada idolanya seperti sisi ketampanan ataupun sikap kejahilan sang idola yang membuatnya terlihat lucu.

d. Pesan/Cerita yang disampaikan melalui Konten

Adapun pendapat @yoyuby93 sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang pesan atau cerita tertentu yang ingin sampaikan melalui konten yang mereka bagikan.

Saya ingin menyampaikan pesan atau cerita yang berhubungan dengan lirik, koreografi, atau makna dari lagu-lagu K-Pop yang saya edit. Saya juga ingin menunjukkan kecintaan atau dukungan khusus kepada idol atau grup K-Pop yang saya edit. Misalnya, jika saya ingin membuat editan untuk BTS, saya akan menggunakan lirik-lirik yang menggambarkan persahabatan, impian, atau nostalgia mereka. Saya juga akan menambahkan beberapa emoji atau stiker yang lucu dan menggemaskan.¹¹²

¹¹¹asrianisj. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

¹¹²yoyuby93. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

“Ada yang saya ingin sampai kan adalah bahwa ini adalah lagu yang diciptakan memiliki makna yang sangat indah dan dapat menyembuhkan mental seseorang.”¹¹³

Tentu saja, ada beberapa pesan atau cerita tertentu yang ingin saya sampaikan melalui konten yang saya bagikan. Pertama, saya ingin menunjukkan kecintaan saya terhadap BTS. Saya ingin berbagi kegembiraan dan semangat yang saya rasakan saat mendengarkan musik BTS. Saya ingin menunjukkan kepada orang lain betapa menakjubkan dan inspiratifnya dunias Bts. Kedua, saya ingin menyebarkan pesan positif dan inspiratif. Saya ingin menggunakan BTS sebagai sarana untuk menyebarkan pesan-pesan tentang cinta, harapan, dan motivasi. Saya ingin menunjukkan kepada orang lain bahwa BTS dapat menjadi kekuatan yang luar biasa dalam hidupnya.¹¹⁴

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa admin Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa admin menyampaikan pesan atau cerita yang terkait dengan lirik, koreografi, atau makna dari lagu-lagu K-Pop yang mereka edit. Admin ingin berbagi kegembiraan dan semangat yang mereka rasakan saat mendengarkan musik BTS serta menunjukkan betapa mengagumkan dan inspiratifnya dunia BTS bagi mereka. Admin menganggap bahwa lagu yang diciptakan idolanya memiliki makna yang sangat indah dan memiliki kemampuan untuk menyembuhkan mental seseorang. Ini menunjukkan bahwa musik tersebut bukan hanya sekadar sebuah lagu, tetapi juga memiliki kekuatan emosional yang mampu memberikan efek positif pada keadaan mental seseorang. Mereka juga ingin menunjukkan kecintaan atau dukungan khusus kepada idol atau grup K-Pop yang mereka edit. Sebagai contoh, jika mereka ingin membuat editan untuk BTS, mereka akan menggunakan lirik-lirik yang menggambarkan persahabatan, impian, atau nostalgia yang terkandung dalam lagu-lagu BTS. Selain itu, mereka akan menambahkan emoji atau stiker yang lucu dan menggemaskan sebagai tambahan untuk menyampaikan pesan yang ingin disampaikan dengan konten

¹¹³agustdm93. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

¹¹⁴asrianisj. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

yang mereka buat. Ini adalah cara bagi mereka untuk menyampaikan penghargaan mereka kepada idola atau grup K-Pop yang mereka dukung dan untuk berbagi makna atau cerita yang terkait dengan lagu-lagu yang mereka edit.

Selanjutnya, pendapat @yoza_anjelisa sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang pesan atau cerita tertentu yang ingin sampaikan melalui konten yang mereka bagikan.

“Ya, kadang aku menulis isi hati ku untuk idol ku secara aku nggak bisa secara langsung menyatakannya maka dari itu aku menyampaikannya melalui konten-konten seperti ini.”¹¹⁵

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa admin @yoza_anjelisa kadang-kadang menuliskan perasaan yang ada di hati admin sendiri untuk idolanya karena tidak bisa menyatakan perasaan tersebut secara langsung. Oleh karena itu, admin menggunakan konten-konten yang dibuatnya sebagai cara untuk menyampaikan perasaan-perasaan itu kepada idola mereka. Ini menjadi saluran komunikasi bagi mereka untuk mengekspresikan rasa kagum, cinta, atau dukungan yang mereka miliki terhadap idola atau grup K-Pop yang mereka sukai, meskipun tidak dapat melakukannya secara langsung. Konten yang mereka buat menjadi cara bagi mereka untuk menyampaikan perasaan tanpa harus berinteraksi langsung dengan idola mereka.

Berdasarkan pernyataan di atas, disimpulkan bahwa pesan atau cerita tertentu yang ingin sampaikan melalui konten yang mereka bagikan rata-rata ingin menyampaikan isi hati, kecintaan dan kebanggannya terhadap idola K-Pop. Mereka senantiasa menceritakan sisi positif dan inspiratif dari K-Pop. Mereka menganggap bahwa lagu-lagu K-Pop dapat menyembuhkan mental.

¹¹⁵yoza_anjelisa. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

3 Realitas Subjektif Perilaku Fanatisme K-Popers dalam Mengedit Konten Pada Akun Komunitas dan Penggemar di Instagram

Fanatisme K-Popers dalam mengedit konten dapat tercermin dalam realitas subjektif mereka, yang seringkali dipengaruhi oleh cinta mendalam mereka terhadap budaya pop Korea (K-Pop). Sebagai fenomena sosial, fanatisme ini dapat memiliki dampak positif dan negatif, tergantung pada konteksnya.

a. Perasaan sebagai Penggemar Mempengaruhi Cara Mengedit Konten

Adapun pendapat @yoyuby93 sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang perasaan sebagai penggemar K-Pop memengaruhi cara mengedit konten.

Perasaan saya sebagai penggemar K-Pop memengaruhi cara saya mengedit konten karena saya ingin membuat konten yang sesuai dengan selera dan harapan saya. Saya juga ingin membuat konten yang bisa menunjukkan sisi terbaik dari idol atau grup K-Pop yang saya edit. Idol saya berperan dalam cara saya mengedit atau membagikan konten di instagram karena saya sering terinspirasi oleh gaya, ekspresi, atau pesona mereka. Saya juga ingin membuat konten yang bisa membuat mereka bangga atau senang jika mereka melihatnya.¹¹⁶

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa perasaan admin @yoyuby93 sebagai penggemar K-Pop sangat memengaruhi cara seseorang mengedit konten. Mereka ingin membuat konten yang sesuai dengan preferensi dan harapan pribadi admin sebagai penggemar. Selain itu, mereka ingin menampilkan sisi terbaik dari idola atau grup K-Pop yang mereka edit. Pengaruh dari idola admin juga terlihat dalam gaya pengeditan atau cara mereka berbagi konten di platform seperti Instagram. Mereka sering terinspirasi oleh gaya, ekspresi, atau pesona dari idola mereka, sehingga hal itu tercermin dalam konten yang mereka buat. Selain itu, tujuan mereka juga termasuk

¹¹⁶yoyuby93. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

membuat konten yang dapat membuat idola mereka merasa bangga atau senang jika mereka melihatnya. Ini menunjukkan bahwa hubungan emosional antara penggemar dan idola sangat mempengaruhi kreativitas dan fokus dari konten yang mereka hasilkan. Adapun pendapat @agustdm93 sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang perasaan sebagai penggemar K-Pop memengaruhi cara mengedit konten.

Idola saya sangat berperan dalam membuat konten mereka menciptakan ide atau jalan cerita dalam setiap cerita yang saya tulis.¹¹⁷

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa idola atau grup K-Pop yang menjadi inspirasi admin @agustdm93 memainkan peran dalam proses kreatifnya. Mereka menjadi sumber ide atau konsep cerita yang diimplementasikan dalam konten yang dibuat, baik itu dalam bentuk tulisan atau cerita yang dituangkan dalam karya-karya yang dibuat oleh penggemar.

Selanjutnya, pendapat @asrianisj sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang perasaan sebagai penggemar K-Pop memengaruhi cara mengedit konten.

Perasaan saya sebagai penggemar BTS memengaruhi cara saya mengedit konten dalam beberapa hal. Pertama, saya selalu berusaha untuk membuat konten yang berkualitas dan menarik bagi para penggemar BTS lainnya. Saya ingin konten yang saya bagikan dapat membuat para penggemar BTS merasa senang, terhibur, dan terinspirasi. Idola saya berperan dalam cara saya mengedit dan membagikan konten dalam beberapa hal. Pertama, mereka menginspirasi saya untuk membuat konten. Saya ingin berbagi kegembiraan dan semangat yang saya rasakan saat mendengarkan musik dan menonton penampilan mereka. Kedua, mereka membantu saya untuk memahami budaya K-Pop. Saya belajar banyak tentang budaya Korea dari idola saya, mulai dari bahasa, makanan, hingga sejarah. Pengetahuan ini membantu saya untuk membuat konten K-Pop yang lebih informatif dan bermanfaat. Ketiga, mereka membantu saya untuk terhubung dengan para penggemar K-Pop lainnya. Saya dapat berbagi cintaanku terhadap BtS dengan para penggemar lainnya melalui konten yang saya bagikan.¹¹⁸

¹¹⁷agustdm93. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

¹¹⁸asrianisj. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

Ya mereka sangat mempengaruhi karna tanpa ada mereka aku nggak bakal nemuin sebuah ide untuk mmbuat konten itu kan.¹¹⁹

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa bagi admin @asrianisj dan @yoza_anjelisa, idola atau grup K-Pop memiliki pengaruh dalam proses kreatif dimana idola berperan sebagai ide atau konsep untuk mengedit konten. Admin @asrianisj sebagai penggemar BTS mempengaruhi cara mereka mengedit dan berbagi konten terkait BTS. Pertama, BTS menjadi sumber inspirasi bagi admin @asrianisj dalam menciptakan konten. Admin ingin mengekspresikan kegembiraan dan semangat yang mereka rasakan saat mendengarkan musik atau menonton penampilan BTS. Kedua, BTS juga membantu admin untuk memahami lebih banyak tentang budaya K-Pop. Admin belajar banyak hal tentang budaya Korea dari BTS, termasuk bahasa, makanan, sejarah, dan aspek-aspek lainnya. Pengetahuan ini membantu admin @asrianisj untuk menciptakan konten K-Pop yang lebih informatif dan bermanfaat bagi penggemar lainnya. Terakhir, BTS juga menjadi sarana untuk terhubung dengan penggemar K-Pop lainnya. Dengan berbagi konten yang admin buat, penggemar dapat berbagi cinta mereka terhadap BTS dengan para penggemar lainnya, menciptakan ikatan dan koneksi yang lebih kuat di antara komunitas penggemar.

Berdasarkan pernyataan-pernyataan di atas, ditemukan perasaan admin sebagai penggemar K-Pop memengaruhi cara mengedit konten karena idola berperan sebagai ide konten admin dimana mereka terinspirasi dari ekspresi, gaya dan pesona idola K-Popnya, sehingga admin dapat menciptakan ide atau alur cerita dalam kontennya. Tanpa ada idola K-Popnya, mereka tidak akan bisa melakukan kegiatan membuat konten K-Pop tersebut.

¹¹⁹yoza_anjelisa. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

b. Kesenangan dalam Membagikan Konten

Adapun pendapat @yoyuby93 sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang apa yang membuat admin merasa senang atau bersemangat saat membagikan konten K-Pop.

Saya merasa senang atau bersemangat saat membagikan konten K-Pop karena saya bisa mengekspresikan diri saya melalui kreativitas saya. Saya juga bisa berinteraksi dengan penggemar K-Pop lainnya dan berbagi rasa cinta atau dukungan kepada idol atau grup K-Pop yang saya edit. Saya merasa ini adalah salah satu cara untuk menunjukkan dukungan kepada idol saya.¹²⁰

Pertama ya untuk menunjukkan dukungan ku ke pada idol ku dan yang kedua karna aku bisa mengenalkan mereka ke beberapa orang aku bisa bikin yang nggak suka jadi tertarik buat yang butuh semangat jadi semangat dengan adanya mereka.¹²¹

Saya senang bisa berbagi kecintaanku Terhadap BTS dengan orang lain. Saya ingin menunjukkan kepada orang lain betapa menyenangkannya dan betapa besarnya mereka menyebarkan hal-hal yang positif.¹²²

Pernyataan itu menjelaskan bahwa admin @yoyuby93, @yoza_anjelisa dan @asrianisj merasakan kesenangan dalam membagikan konten karena telah menunjukkan dukungan serta kecintaannya kepada idola K-Popnya. Karena bagi mereka, K-Pop memiliki sisi kesenangan dan menyebarkan hal-hal yang positif. Selain itu, admin @yoyuby93 merasa senang dan bersemangat saat mereka membagikan konten K-Pop karena hal itu memungkinkan mereka untuk mengekspresikan diri melalui kreativitas mereka. Admin melihat konten tersebut sebagai saluran untuk mengekspresikan ide-ide kreatif dan menyampaikan pesan admin kepada penggemar K-Pop lainnya. Selain itu, mereka melihat berbagi konten

¹²⁰yoyuby93. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

¹²¹yoza_anjelisa. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

¹²²asrianisj. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

tersebut sebagai kesempatan untuk berinteraksi dengan penggemar lain dan berbagi rasa cinta serta dukungan kepada idol atau grup K-Pop yang mereka sukai. Bagi mereka, tindakan membagikan konten tersebut adalah cara yang penting untuk menunjukkan dukungan dan kecintaan admin sebagai penggemar terhadap idol tersebut, serta sebagai bentuk kontribusi dalam mendukung karier dan keberhasilan grup atau idol K-Pop yang mereka kagumi.

Selanjutnya, pendapat @agustdm93 sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang apa yang membuat admin merasa senang atau bersemangat saat membagikan konten K-Pop dan hal yang ingin ditunjukkan dukungan kepada idola.

Yang membuat saya bersemangat membagikan konten KPop karena dapat mengetahui keahlian saya yang tersembunyi seperti di bidang editing sekaligus merupakan bentuk dukungan kecil bagi idola saya.¹²³

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa admin @agustdm93 merasa bersemangat saat mereka membagikan konten K-Pop karena hal itu memungkinkan mereka untuk menampilkan keahlian tersembunyi admin dalam bidang editing atau kreasi konten. Melalui proses membuat dan berbagi konten K-Pop, admin @agustdm93 dapat menunjukkan kemampuannya dalam editing, dan ini menjadi sebuah kebanggaan tersendiri bagi mereka. Selain itu, mereka melihat aktivitas membagikan konten tersebut sebagai bentuk dukungan kecil yang mereka berikan kepada idola mereka.

Berdasarkan pernyataan di atas disimpulkan bahwa sebagian besar admin merasakan kesenangan atau bersemangat saat membagikan konten K-Pop dan ada hal yang ingin ditunjukkan dukungan kepada idola. Admin merasa senang karena mereka dapat mendukung idola atau grup musik yang mereka cintai. Selain itu, senang dan

¹²³agustdm93. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

bersemangat karna admin dapat menunjukkan keahliannya dalam mengedit konten. Memposting konten K-Pop dapat membantu admin membangun keterhubungan dengan penggemar yang memiliki minat serupa. Ini dapat menciptakan komunitas yang positif di sekitar idola atau grup musik tertentu.

c. Pengalaman Penggemar K-Pop Mempengaruhi Keputusan Membagikan Konten

Adapun pendapat @yoyuby93 sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang pengalaman atau kesan pribadi admin sebagai penggemar K-Pop memengaruhi keputusan dalam membagikan konten.

Pengalaman atau kesan pribadi saya sebagai penggemar K-Pop sangat memengaruhi keputusan saya dalam membagikan konten. Saya selalu ingin berbagi konten yang menunjukkan kualitas, bakat, dan pesona idola saya. Saya juga ingin berbagi konten yang berkaitan dengan pengalaman atau momen spesial bersama idola saya, seperti konser, fan meeting, atau acara lainnya. Saya merasa bahwa dengan berbagi konten tersebut, saya bisa lebih dekat dengan idola saya dan juga dengan penggemar lainnya.¹²⁴

Ya sangat berhubungan dengan perasaan dengan idola saya karena saya punya satu pengalaman pernah menonton konser idola saya pertama kali dalam solo tournya yaitu Suga agustd D-DAY tour yang diadakan di Indonesia.¹²⁵

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa pengalaman pribadi admin @yoyuby93 dan @agustdm93 sebagai penggemar K-Pop memainkan peran besar dalam keputusan mereka untuk membagikan konten. Admin selalu ingin berbagi konten yang mencerminkan kualitas, bakat, dan pesona dari idola mereka. Selain itu, admin ingin berbagi momen-momen istimewa yang terkait dengan pengalaman pribadi bersama idola mereka, seperti konser, pertemuan dengan penggemar, atau

¹²⁴yoyuby93. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

¹²⁵agustdm93. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

acara lainnya.

Selanjutnya, pendapat @yoza_anjelisa sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang pengalaman atau kesan pribadi admin sebagai penggemar K-Pop memengaruhi keputusan dalam membagikan konten.

Pengalaman ya aku punya sedikit pengalaman yang mana biasanya hari-hari ku membosankan tidak menarik sekarang jadi lebih ceria berwarna bersemangat kembli karna merka dan aku juga punya banyak teman dari seluruh dunia karna itu.¹²⁶

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa admin @yoza_anjelisa memiliki pengalaman yang mengubah hidupnya setelah menjadi penggemar K-Pop. Sebelumnya, admin @yoza_anjelisa merasa bahwa hari-harinya cenderung membosankan dan kurang menarik. Namun, setelah menjadi penggemar, khususnya penggemar K-Pop, hidup admin menjadi lebih ceria, berwarna, dan penuh semangat karena adanya koneksi dengan idola atau musik tersebut. Selain itu, admin juga merasa bahwa menjadi penggemar K-Pop telah membuka banyak kesempatan untuk berteman dengan orang-orang dari berbagai belahan dunia. Selanjutnya, pendapat @asrianisj sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang pengalaman atau kesan pribadi admin sebagai penggemar K-Pop memengaruhi keputusan dalam membagikan konten.

Pengalaman dan kesan pribadi saya sebagai penggemar BTS memengaruhi keputusan saya dalam membagikan konten dalam beberapa hal. Pertama, pengalaman saya sebagai penggemar BTS membuat saya memahami apa yang diinginkan oleh para penggemar lainnya. Saya tahu bahwa para penggemar BTS ingin mendapatkan konten yang berkualitas, informatif, dan menghibur.¹²⁷

¹²⁶yoza_anjelisa. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

¹²⁷asrianisj. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa pengalaman dan kesan pribadi admin @asrianisj sebagai penggemar BTS memengaruhi cara admin membagikan konten terkait BTS kepada penggemar lain. Pengalaman tersebut membantu admin @asrianisj memahami harapan dan keinginan dari sesama penggemar BTS. Admin menyadari bahwa penggemar BTS menginginkan konten yang berkualitas, informatif, dan juga menghibur. Oleh karena itu, dalam proses pembagian konten, admin berusaha untuk memenuhi ekspektasi tersebut dengan menyediakan konten yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga memberikan informasi yang berguna dan hiburan kepada penggemar BTS lainnya.

Berdasarkan pernyataan di atas, disimpulkan bahwa admin memiliki pengalaman aktif dalam komunitas penggemar K-Pop yang lebih cenderung membagikan konten yang relevan dengan kegiatan atau tren terbaru dalam komunitas tersebut. Pengalaman pribadi ini dapat memotivasi mereka untuk terlibat lebih aktif. Kesenangan pribadi terhadap K-Pop membawa admin untuk lebih aktif mendukung dan mempromosikan karya-karya idola atau grup K-Pop tersebut.

d. Perubahan Konten Asli ke Konten Hasil Editan yang Berhubungan dengan Perasaan Penggemar

Adapun pendapat @yoyuby93 sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang perubahan dari konten asli ke konten yang sudah admin sunting yang berhubungan dengan perasaan sebagai penggemar K-Pop.

Ada beberapa perubahan dari konten asli ke konten yang sudah saya sunting yang berhubungan dengan perasaan saya sebagai penggemar K-Pop. Misalnya, saya sering menambahkan stiker, filter, atau teks yang mengekspresikan rasa cinta, kagum, atau lucu saya terhadap idola saya. Saya juga sering memotong atau menggabungkan beberapa klip video atau foto untuk menonjolkan hal-hal yang spesial atau penting bagi saya, seperti ekspresi wajah, gerakan tari, atau interaksi antara idola. Tujuan saya adalah

untuk membuat konten yang lebih menarik, unik, dan personal.¹²⁸

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa ada sejumlah perubahan yang dilakukan admin @yoyuby93 pada konten asli, yang semula terkait dengan K-Pop, untuk mencerminkan perasaannya sebagai penggemar. Beberapa perubahan yang disebutkan melibatkan penambahan stiker, filter, atau teks yang mengekspresikan rasa cinta, kagum, atau lucu terhadap idola K-Pop. Selain itu, admin juga mencatat bahwa ia sering memotong atau menggabungkan klip video atau foto untuk menyoroti momen-momen khusus atau penting baginya, seperti ekspresi wajah, gerakan tari, atau interaksi antara idola. Tujuan dari perubahan ini adalah untuk membuat konten yang lebih menarik, unik, dan personal. Dengan kata lain, admin ingin memberikan sentuhan pribadi pada kontennya dengan menonjolkan momen-momen yang dianggap spesial atau penting, admin berusaha membuat konten yang lebih menarik dan membangun koneksi emosional dengan idola yang diidolakannya.

Selanjutnya, pendapat @agustdm93 sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang perubahan dari konten asli ke konten yang sudah admin sunting yang berhubungan dengan perasaan sebagai penggemar K-Pop.

Ya, untuk menonjolkan hal yang spesial bagi saya karena saya merasa lebih dekat dengan idol saya ketika dapat membuat konten positif yang berhubungan dengan idola saya, dan merasa setara dan sama seperti idola saya.¹²⁹

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa admin @agustdm93 membuat konten yang menonjolkan hal-hal spesial bagi dirinya sebagai penggemar karena ia merasa lebih dekat dengan idola yang dipuja. Dengan membuat konten yang positif dan terhubung secara emosional, penulis merasa bahwa ia dapat merasakan hubungan

¹²⁸yoyuby93. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

¹²⁹agustdm93. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

setara dan kesamaan dengan idola K-Pop yang diidolakannya. Konten tersebut mungkin mencerminkan bagian dari identitas dan pengalaman pribadi admin sebagai penggemar yang berusaha untuk berbagi kegembiraan dan kekagumannya terhadap idola tersebut. Selanjutnya, pendapat @yoza_anjelisa sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang perubahan dari konten asli ke konten yang sudah admin sunting yang berhubungan dengan perasaan sebagai penggemar K-Pop.

Ya, karna aku sangat mereka bangga karna mereka karna prestasi bakat kebaikan dan kerceriaan mereka yang mmbuat ku kembali bangkit semangat lagi.¹³⁰

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa terkadang admin @yoza_anjelisa merasa sangat bangga dengan K-Pop karena prestasi, bakat, kebaikan, dan keceriaan mereka. Keberhasilan dan positivitas yang dimiliki oleh idola K-Pop tersebut memberikan inspirasi kepada admin, dan hal ini membuat semangatnya kembali bangkit. Pernyataan ini mencerminkan adanya pengaruh positif dari K-Pop tersebut dalam kehidupan admin, dan kembali memunculkan semangat yang mungkin sebelumnya pudar. Selanjutnya, pendapat @asrianisj sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang perubahan dari konten asli ke konten yang sudah admin sunting yang berhubungan dengan perasaan sebagai penggemar K-Pop.

Ya, ada beberapa perubahan dari konten asli ke konten K-Pop yang sudah saya edit yang berhubungan dengan perasaan saya sebagai penggemar K-Pop. tujuan saya adalah untuk menonjolkan hal yang spesial yaitu dengan menunjukkan kecintaan saya dan dukungan saya terhadap BTS. Misalnya Dalam sebuah video tentang comeback idol K-Pop favorit saya, saya menambahkan klip dari MV comeback mereka. Saya juga menambahkan kutipan dari idol K-Pop tersebut tentang pesan lagu tersebut. Hal ini bertujuan untuk memberikan informasi dan hiburan kepada para penggemar lainnya.¹³¹

¹³⁰yoza_anjelisa. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

¹³¹yoza_anjelisa. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa terkadang admin @yoza_anjelisa melakukan perubahan pada konten asli terkait K-Pop untuk mencerminkan perasaannya sebagai penggemar. Tujuan utamanya adalah untuk menonjolkan hal-hal spesial terutama terkait kecintaan dan dukungan terhadap BTS, grup K-Pop favoritnya. Contohnya, penulis menambahkan klip dari video musik (MV) comeback BTS dalam video yang dibuatnya. Selain itu, penulis juga menyertakan kutipan dari anggota BTS mengenai pesan lagu tersebut. Tujuan dari penambahan ini adalah untuk memberikan informasi dan hiburan kepada para penggemar lainnya. Dengan demikian, penulis berusaha untuk berbagi kegembiraan, mendukung grup idola, dan memberikan konten yang informatif kepada sesama penggemar K-Pop.

Berdasarkan pernyataan di atas, disimpulkan bahwa ada perubahan dari konten asli ke konten yang sudah admin sunting yang dipengaruhi oleh perasaan sebagai penggemar K-Pop. Admin biasa mengedit konten untuk lebih menonjolkan sisi positif idolanya untuk memperkuat persepsi positif terhadap idolanya.

e. Perasaan Subjektif Admin saat Mengedit dan Membagikan Konten

Adapun pendapat @yoyuby93 sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang apa yang membuat kamu merasa bangga atau puas mengedit dan membagikan konten K-Pop.

Saya merasa bangga atau puas mengedit dan setelah membagikan konten K-Pop di komunitas karena saya bisa berbagi karya saya dengan orang-orang yang memiliki minat yang sama. Saya juga bisa mendapatkan feedback, apresiasi, atau saran dari mereka. Saya merasa konten saya menyampaikan pesan yang ingin saya sampaikan jika orang-orang yang melihatnya bisa merasakan emosi, pesan, atau cerita yang saya coba sampaikan.¹³²

“Yang membuat aku merasa puas mengedit dan setelah memposting konten itu adalah dengan banyaknya orang yang menonton konten ku dengan adanya

¹³²yoyuby93. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

respon yang baik yg keluar diri mereka setelah menonton gitu. Aku sangat mereka bangga karna mereka karna prestasi bakat kebaikan dan kerceriaan mereka yang membuat ku kembali bangkit dan bisa lebih semangat lagi”¹³³

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa admin @yoyuby93 dan @yoza_anjelisa merasa puas setelah memposting konten mereka karena mendapat perhatian dan respon dari orang-orang yang melihat kontennya. Selain itu, admin juga senang karena dapat menerima feedback, apresiasi, atau saran dari sesama penggemar. Admin @yoyuby93 memiliki perasaan bangga dan puas seseorang setelah membagikan konten K-Pop di komunitas yang memiliki minat yang sama. Admin merasa senang karena dapat berbagi karya mereka dengan orang-orang yang memiliki minat serupa. Rasa bangga dan kepuasan ini juga berasal dari keyakinan bahwa konten yang mereka bagikan mampu menyampaikan pesan yang ingin disampaikan. Jika orang-orang yang melihatnya dapat merasakan emosi, pesan, atau cerita yang ingin disampaikan oleh pembuat konten, maka itu menjadi suatu keberhasilan bagi pembuat konten tersebut. Ini memberikan mereka kepuasan yang lebih dalam karena berhasil menyampaikan makna atau perasaan yang ingin mereka sampaikan melalui karya-karya admin kepada komunitas penggemar yang mereka bagikan.

Selanjutnya, pendapat @agustdm93 sebagai admin akun K-Pop di Instagram tentang apa yang membuat kamu merasa bangga atau puas mengedit dan membagikan konten K-Pop.

“Yang membuat saya puas adalah pengguna Instagram dapat mengetahui awal mula idolanya terbentuk melalui perjuangan yang sangat panjang dan berliku. Saya merasa berhasil dapat menjadi orang pertama dan mengetahui info yang belum dilihat oleh orang banyak dan dapat membagikan nya serta

¹³³yoza_anjelisa. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

memberikan dampak positif”¹³⁴

Ada beberapa hal yang membuat saya merasa bangga dan puas setelah membagikan konten K-Pop. Pertama, saya merasa bangga bisa menunjukkan kecintaan saya terhadap BTS kepada orang lain. Saya ingin berbagi kegembiraan dan semangat yang saya rasakan saat mendengarkan musik K-Pop. Saya ingin menunjukkan kepada orang lain betapa menakjubkan dan inspiratifnya dunia K-Pop.¹³⁵

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa admin @agustdm93 dan @asrianisj merasa bangga dan puas karna memperkenalkan idola mereka kepada oranglain tentang kisah perjalanan dan inspiratifnya dunia K-Pop. Admin @asrianisj merasa bangga dan puas karena mereka memiliki kesempatan untuk menunjukkan kecintaannya terhadap BTS, berbagi kegembiraan melalui musik K-Pop, dan mengilhami orang lain dengan keindahan dan inspirasi yang mereka temukan dalam dunia K-Pop. Hal ini menjadi sumber kebanggaan dan kepuasan bagi admin setelah membagikan konten terkait K-Pop kepada orang lain.

Berdasarkan pernyataan di atas, disimpulkan bahwa beberapa hal yang dapat membuat seorang admin merasa bangga atau puas setelah mengedit atau membagikan konten K-Pop seperti 1) Respon positif dari penggemar, seperti komentar yang antusias atau tanggapan yang penuh dukungan, dapat memberikan kepuasan kepada seorang admin, 2) menunjukkan kecintaan dan kebanggaannya terhadap K-Pop.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Perilaku fanatisme K-Popers pada akun komunitas dan penggemar BTS di Instagram, maka ditemukan temuan beberapa hasil penelitian yang menarik. Hasil penelitian dengan beberapa teori dari konsep yang ditemukan yang relevan.

¹³⁴agustdm93. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

¹³⁵asrianisj. Admin Akun Komunitas dan Penggemar K-Pop, Wawancara di Instagram, 8 Desember 2023.

Teori Konstruksi Realitas Sosial (*Social Construction of Reality*) berfokus pada cara di mana realitas sosial dipahami, diciptakan, dan dipertahankan oleh individu dan kelompok dalam masyarakat. Teori ini menekankan bahwa realitas tidaklah objektif, tetapi terbentuk melalui proses interaksi sosial.¹³⁶ Dalam kaitannya dengan konteks perilaku fanatisme dalam mengedit konten K-Pop, teori ini bisa menjelaskan bagaimana realitas sosial seputar dunia K-Pop diciptakan dan diinterpretasikan oleh para penggemar. Penggemar dapat memperluas atau menyempitkan persepsi mereka tentang K-Pop berdasarkan informasi yang mereka terima. Mereka bisa membangun narasi tentang K-Pop tersebut yang mungkin bisa berbeda dari kenyataan. Fanatisme bisa mendorong penggemar untuk melakukan pengeditan konten untuk membangun narasi yang mendukung pandangan mereka terhadap K-Pop tertentu. Hal ini dapat menciptakan versi yang tidak sepenuhnya objektif atau akurat dari kejadian sebenarnya.

Proses konstruksi realitas sosial menurut perspektif teori Berger & Luckman, terjadi melalui interaksi sosial yang dialektis, melibatkan tiga bentuk realitas yang menjadi konsep dasar, yaitu realitas subjektif, realitas simbolik, dan realitas objektif yang dijelaskan sebagai berikut.

1. Realitas Objektif Perilaku Fanatisme K-Popers dalam Mengedit Konten Pada Akun Komunitas dan Penggemar di Instagram

Realitas objektif merupakan suatu kompleksitas definisi realitas (termasuk ideologi dan keyakinan) gejala-gejala sosial, seperti tindakan dan tingkah laku yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari dan sering dihadapi oleh individu sebagai

¹³⁶ Hadiwijaya, Achmad Suhendra. "Sintesa Teori Konstruksi Sosial Realitas Dan Konstruksi Sosial Media Massa." *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi dan Pembangunan Daerah* 11.1 (2023): 75-89.

fakta.¹³⁷ Realitas objektif perilaku fanatisme K-Popers dalam mengedit konten di Instagram dapat diobservasi melalui data dan tindakan konkret yang dapat terukur. Melalui pemantauan dan analisis data seperti jumlah interaksi, pengikut, dan pengakuan dari komunitas, dapat dilihat sejauh mana perilaku fanatisme K-Popers dalam mengedit konten di Instagram mempengaruhi realitas objektifitas pada teori konstruksi sosial.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa admin tidak sepenuhnya mengedit konten secara objektif. Terkadang mereka lebih sering membuat konten secara subjektif atau sesuai dengan imajinasi mereka sendiri. Hal ini menunjukkan adanya perilaku fanatisme dalam mengedit konten. Dimana aturan konten yang baik seharusnya dibuat secara objektif. Namun beberapa dari mereka berusaha mengedit konten yang terhindar dari kontroversi komunitas dan penggemar lainnya. Secara keseluruhan tujuan admin mengedit dan membagikan konten K-Pop di Instagram adalah untuk memperkenalkan kelebihan idolanya dan kecintaannya pada idola kepada penggemar lainnya, mereka juga mengedit konten untuk kesenangan sendiri seperti memenuhi halusinasinya. Hal inilah yang membuat konten K-Pop yang diedit admin tidak menghasilkan konten yang objektif. Seorang fanatisme akan memiliki tujuan tertentu yang membuatnya bersemangat dan menggebu-gebu untuk mencapai tujuan tertentu.¹³⁸

Fanatisme K-Popers dapat tercermin dari frekuensi tinggi dan intensitas posting konten terkait K-Pop di akun Instagram dimana admin rela menghabiskan waktunya untuk mengedit konten dari hasil mentahan menjadi konten sesuai dengan

¹³⁷ Luzar, Laura Christina. "Teori Konstruksi Realitas Sosial." *DKV Binus University* (2015).

¹³⁸ Herlambang, B. "Hubungan Antara Kesepian (*Loneliness*) Dengan Kecenderungan Fanatik Terhadap Hewan Pada Komunitas Pecinta Hewan". (*Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9, 2018).

kreatifitas admin fanatisme. Mereka senantiasa menggunakan beberapa aplikasi untuk membuat kontennya terlihat menarik, berkualitas maupun realistis sesuai yang diinginkan. Musik juga ditambahkan yang menurutnya dapat memberikan suasana, emosi, atau nuansa tertentu pada konten yang sedang dibuat. Hal ini sesuai dengan pandangan Andar Ismail dalam Herlambang bahwa seseorang fanatisme memiliki semangat berlebihan yang tidak berdasar pada akal sehat tetapi berdasarkan emosi yang tidak terkendali sehingga membuat orang yang fanatic tersebut rela melakukan hal-hal yang tidak sebanding dengan apa yang ingin dicapai.¹³⁹

Pada saat membuat atau mengedit konten K-Pop, tidak semua admin memiliki atau mengikuti aturan tentu dalam membuat konten, mereka hanya fokus untuk membuat konten yang menarik dan relevan. Beberapa admin memastikan bahwa konten yang dibuat tidak melanggar hak cipta dan berkonten dengan sewajarnya. Seseorang yang sudah fanatik sering tidak memperdulikan kesadaran dan sering memunculkan tindakan yang kurang terkontrol dan tidak masuk akal.¹⁴⁰ Admin akun K-Pop menanggapi dengan baik respon dari orang-orang yang melihat kontennya. Konten K-Pop yang dibuat admin terkadang mendapatkan respon positif dan pujian atas konten yang di edit admin. Namun ada juga respon yang tidak suka atau memberi kritik terhadap konten yang dibuat admin tersebut. Admin berusaha untuk meningkatkan atau memperbaiki kontennya jika mendapati respon yang tidak mendukung.

¹³⁹ Herlambang, B. "Hubungan Antara Kesepian (*Loneliness*) Dengan Kecenderungan Fanatik Terhadap Hewan Pada Komunitas Pecinta Hewan". (*Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9, 2018).

¹⁴⁰ Laili, Firda Nur, and Rr Nanik Setyowati. "Perilaku Fanatik Komunitas Bonek Sakera Pasuruan Timur Ditinjau Dari Aspek Moralitas." *Kajian Moral dan Kewarganegaraan* 10.1 (2022): 49-63.

Berdasarkan penjelasan di atas, perilaku fanatisme K-Popers dalam mengedit konten pada akun Instagram admin akun K-Popers tidak memenuhi realitas objektif. Hal ini terlihat bahwa beberapa konten yang dibuat admin tidak sesuai dengan kenyataan. Mereka senantiasa mengedit dan mengilustrasikan kontennya dari konten mentahan kemudian diubah sesuai dengan imajinasi mereka dengan menambahkan filter, efek, dan desain yang menarik. Beberapa admin tidak memiliki aturan tertentu dalam membuat konten sehingga tindakannya dalam membuat konten yang dihasilkan tidak terkontrol dan tidak masuk akal.

2. Realitas Simbolik Perilaku Fanatisme K-Popers dalam Mengedit Konten Pada Akun Komunitas dan Penggemar di Instagram

Realitas simbolik merupakan ekspresi bentuk-bentuk simbolik dari realitas objektif, yang umumnya diketahui oleh khalayak dalam bentuk karya seni, fiksi serta berita-berita di media.¹⁴¹ Fenomena fanatisme dalam komunitas K-Pop di media sosial seperti Instagram sering kali mencerminkan realitas simbolik yang kompleks. Realitas simbolik menunjukkan bagaimana cara admin K-Popers memahami dunia sekitar K-Pop dan berinteraksi dengan simbol, konsep, atau representasi dalam kehidupan sehari-hari. Realitas simbolik perilaku fanatisme K-Popers dalam mengedit konten di Instagram dapat diartikan melalui simbol-simbol atau makna yang terkandung dalam aktivitas mereka.

Pada saat mengedit konten, banyak hal yang ditambahkan atau fokuskan admin dalam kontennya seperti menambahkan efek seperti transisi antar klip atau efek khusus lainnya, musik latar belakang, audio untuk suara narasi, filter yang mencakup warna dan pencahayaan untuk memberi kesan artistik dan teks untuk

¹⁴¹ Berger, Peter L., and Thomas Luckman. "The Social Contruction of Reality,(terj), Hasan Basri, Tafsir Sosial Atas kenyataan." Jakarta: LP3ES: 1990.

menjelaskan kontennya seperti judul, quotes atau menyampaikan pesan pada kontennya karena ingin membuat konten lebih menonjol dari yang lain, menambahkan lagu dimana memiliki arti khusus baginya. Admin memfokuskan konten khusus seperti Fancam atau video yang direkam oleh penggemar saat menjumpai idola K-Popnya secara langsung, *reaction video* yaitu penggemar merekam dirinya sambil memberikan respon dan tanggapan pada idolanya, promosi *Comeback* yaitu kegiatan konten promosi tentang perilisian teaser, wawancara, pertunjukan di acara musik, dan kehadiran di berbagai platform media untuk meningkatkan kesadaran dan dukungan penggemar, dan konser dimana memiliki arti khusus bagi admin tersebut. Admin memiliki simbol atau unsur tertentu diperlihatkan dalam konten yang dieditnya seperti menambahkan logo, warna, atau slogan dari fandom K-Pop untuk menunjukkan rasa kebanggaan, solidaritas dan loyalitasnya terhadap idol dan grup K-Pop yang didukungnya. Admin K-Pop juga sering menambahkan emoticon yang memiliki arti khusus seperti emoticon love berwarna ungu sebagai simbol kecintaan dan kebanggaan pada idola K-Pop serta emoticon sparkle yang memiliki arti bahwa konten yang dibuat dapat terus bersinar dan membawa dampak positif. Terkadang juga admin menggunakan unsur khas seperti tulisan korea dan pesan positif dan inspiratif pada setiap kontennya. Hal ini tercermin sebagai tindakan perilaku fanatisme dalam mengedit konten dimana seorang fanatisme cenderung menambahkan simbol atau tanda identifikasi tertentu yang merepresentasikan kelompok, ideologi, atau pandangan tertentu.¹⁴²

Admin memiliki pertimbangan dalam memilih dan menambahkan sesuatu

¹⁴² Rahma, Mutiara Dewi, and Agus Machfud Fauzi. "Fanatisme Remaja Penggemar Musik Populer Korea (K-Pop) Pada Budaya K-Pop Dalam Komunitas Exo-L Di Surabaya." *Paradigma* 12.1 (2023): 130-140.

pada kontennya seperti penggunaan tema, warna, filter, music dan style pada kontennya untuk membuat konten lebih menarik. Admin memilih konten yang relevan dan ada juga memilih dari sisi yang terlihat menarik pada idolanya seperti sisi ketampanan ataupun sikap kejahilan sang idola yang membuatnya terlihat lucu. pesan atau cerita tertentu yang ingin sampaikan melalui konten yang mereka bagikan rata-rata ingin menyampaikan isi hati, kecintaan dan kebanggaannya terhadap idola K-Pop. Mereka senantiasa menceritakan sisi positif dan inspiratif dari K-Pop. Mereka menganggap bahwa lagu-lagu K-Pop dapat menyembuhkan mental. Hal tersebut ditandai dengan salah satu aspek perilaku fanatisme yaitu besarnya minat dan kecintaan pada satu jenis kegiatan. Dimana Fanatisme mendorong seseorang untuk lebih termotivasi dalam mendukung sesuatu yang menjadi favoritnya.¹⁴³

Berdasarkan penjelasan di atas, realitas simbolik perilaku fanatisme K-Popers dalam mengedit konten dimana admin senantiasa menggunakan simbol atau unsur-unsur tertentu yang memiliki makna khusus bagi admin tersebut. Misalnya, penggunaan emoji love ungu, sparkle, logo fandom K-Pop, tulisan korea pada konten yang dibuat para admin K-Pop untuk mengekspresikan rasa cinta, kesenangannya, loyalitas dan kebanggaannya terhadap idola K-Pop.

3. Realitas Subjektif Perilaku Fanatisme K-Popers dalam Mengedit Konten Pada Akun Komunitas dan Penggemar di Instagram

Realitas sosial pada individu, yang berasal dari realitas sosial objektif dan realitas sosial simbolik, merupakan konstruksi definisi realitas yang dimiliki individu dan dikonstruksi melalui proses internalisasi. Atau bisa disebut realitas subjektif

¹⁴³Ismail, A. *Selamat Menabur: 33 Renungan Tentang Didik-Mendidik*. (Bekasi: Gunung Mulia, 2008).

dengan bagaimana orang menyerap apa yang mereka lihat.¹⁴⁴ Realitas subjektif perilaku fanatisme K-Popers dalam mengedit konten di Instagram dapat mencakup berbagai nuansa pengalaman pribadi para penggemar. Ini adalah pandangan yang bersifat lebih personal dan terkait dengan perasaan, identitas, dan motivasi individu.

Admin memiliki pengalaman aktif dalam komunitas penggemar K-Pop yang lebih cenderung membagikan konten yang relevan dengan kegiatan atau tren terbaru dalam komunitas tersebut. Pengalaman pribadi ini dapat memotivasi mereka untuk terlibat lebih aktif. Kesenangan pribadi terhadap K-Pop membawa admin untuk lebih aktif mendukung dan mempromosikan karya-karya idola atau grup K-Pop tersebut. Hal yang dapat membuat seorang admin merasa bangga atau puas setelah mengedit atau membagikan konten K-Pop seperti 1) menunjukkan kecintaan dan kebanggaannya terhadap K-Pop. 2) Respon positif dari penggemar, seperti komentar yang antusias atau tanggapan yang penuh dukungan, dapat memberikan kepuasan kepada seorang admin. Hal inilah yang menandakan adanya motivasi dan dukungan yang datang dari keluarga, teman atau komunitas yang memiliki dampak yang signifikan dalam munculnya fanatisme seseorang.¹⁴⁵

Perasaan admin sebagai penggemar K-Pop mempengaruhi cara mengedit konten karena idola berperan sebagai ide konten admin dimana mereka terinspirasi dari ekspresi, gaya dan pesona idola K-Popnya, sehingga admin dapat menciptakan ide atau alur cerita dalam kontennya. Tanpa ada idola K-Popnya, mereka tidak akan bisa melakukan kegiatan membuat konten K-Pop tersebut. Adanya perubahan dari

¹⁴⁴Ngangi, Charles R. "Konstruksi sosial dalam realitas sosial." *Agri Sosio ekonomi* 7.2 (2011): 1-4.

¹⁴⁵Herlambang, B. "Hubungan Antara Kesenian (Loneliness) Dengan Kecenderungan Fanatik Terhadap Hewan Pada Komunitas Pecinta Hewan". (*Journal of Chemical Information and Modeling* 53.9, 2018).

konten asli ke konten yang sudah admin sunting dipengaruhi oleh perasaan sebagai penggemar K-Pop. Admin biasa mengedit konten untuk lebih menonjolkan sisi positif idolanya untuk memperkuat persepsi positif terhadap idolanya. Menurut Slamet A. dalam Herlambang, fanatisme adalah bentuk rasa cinta yang dipercaya memberikan kontribusi yang signifikan dalam hidup. Orang yang fanatik akan semangat melakukan sesuatu untuk mengejar suatu tujuan disertai dengan manifestasi emosional yang kuat.¹⁴⁶

Sebagian besar admin merasakan kesenangan atau bersemangat saat membagikan konten K-Pop dan ada hal yang ingin ditunjukkan dukungan kepada idola. Admin merasa senang karena mereka dapat mendukung idola atau grup musik yang mereka cintai. Selain itu, senang dan bersemangat karena admin dapat menunjukkan keahliannya dalam mengedit konten. Memposting konten K-Pop dapat membantu admin membangun keterhubungan dengan penggemar yang memiliki minat serupa. Ini dapat menciptakan komunitas yang positif di sekitar idola atau grup musik tertentu. Hal ini termasuk dalam salah satu aspek perilaku fanatisme yaitu intensitas individu menekuni satu jenis kegiatan tertentu. Mereka melakukan sesuatu lebih bermakna jika dilakukan dengan rasa senang dan bangga. Aktivitas menjadi lebih berarti jika dilakukan dengan penuh cinta.¹⁴⁷ Selain itu, orang fanatik akan berinteraksi dengan orang lain yang memiliki kegemaran atau kesukaan yang sama akan menjadi sesuatu hal yang menyenangkan bagi para penggemar.¹⁴⁸

¹⁴⁶Herlambang, B. "Hubungan Antara Kesepian (Loneliness) Dengan Kecenderungan Fanatik Terhadap Hewan Pada Komunitas Pecinta Hewan". (*Journal of Chemical Information and Modeling* 53.9, 2018).

¹⁴⁷Ismail, A. *Selamat Menabur: 33 Renungan Tentang Didik-Mendidik*. (Bekasi: Gunung Mulia, 2008).

¹⁴⁸Thorne, Scott, and Gordon C. Bruner. "An exploratory investigation of the characteristics of consumer fanaticism." (*Qualitative Market Research: An International Journal* 9.1, 2006): 51-72.

Berdasarkan penjelasan di atas, realitas subjektif perilaku fanatisme K-Popers dalam mengedit konten dimana perasaan admin sebagai penggemar K-Pop memengaruhi cara mengedit konten karena idola berperan sebagai ide konten admin dimana mereka terinspirasi dari ekspresi, gaya dan pesona idola K-Popnya. Komunitas dan penggemar K-Pop membuat admin merasa terdorong dan didukung untuk membuat suatu konten-konten tentang idola K-Popnya. Admin sebagai penggemar K-Pop merasa bahwa setiap editan yang mereka buat adalah cara untuk menyampaikan rasa cinta dan dukungannya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan peneliti mengenai perilaku fanatisme K-Popers dalam mengedit konten pada akun komunitas dan penggemar BTS di Instagram dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Realitas objektif perilaku fanatisme K-Popers dalam mengedit konten pada akun Instagram admin akun K-Popers dimana hasil editan kontennya tidak memenuhi realitas objektif. Hal ini terlihat bahwa beberapa konten yang dibuat admin tidak sesuai dengan kenyataan. Mereka senantiasa mengedit dan mengilustrasikan kontennya melalui beberapa aplikasi mulai dari konten mentahan kemudian diubah sesuai dengan imajinasi mereka dengan menambahkan filter, efek, dan desain yang menarik. Beberapa admin tidak memiliki aturan tertentu dalam membuat konten sehingga tindakannya dalam membuat konten yang dihasilkan tidak terkontrol dan tidak masuk akal.
2. Realitas simbolik perilaku fanatisme K-Popers dalam mengedit konten dimana admin senantiasa menggunakan simbol atau unsur-unsur tertentu yang memiliki makna khusus bagi admin tersebut. Misalnya, penggunaan emoji love ungu, sparkle, logo fandom K-Pop, tulisan korea pada konten yang dibuat para admin K-Pop untuk mengekspresikan rasa cinta, kesenangannya, loyalitas dan kebanggaannya terhadap idola K-Pop.
3. Realitas subjektif perilaku fanatisme K-Popers dalam mengedit konten dimana perasaan admin sebagai penggemar K-Pop memengaruhi cara mengedit konten

karena idola berperan sebagai ide konten admin dimana mereka terinspirasi dari ekspresi, gaya dan pesona idola K-Popnya. Komunitas dan penggemar K-Pop membuat admin merasa terdorong dan didukung untuk membuat suatu konten-konten tentang idola K-Popnya. Admin sebagai penggemar K-Pop merasa bahwa setiap editan yang mereka buat adalah cara untuk menyampaikan rasa cinta dan dukungannya.

B. Saran

Adapun saran dalam penelitian ini adalah :

1. Diharapkan hasil yang didapat dari penelitian ini dapat mendorong kesadaran masyarakat terutama bagi konten kreator terhadap dampak perilaku fanatisme dan cerdas dalam membuat konten, memahami aturan-aturan dalam berkonten maupun menafsirkan konten secara bijak.
2. Penelitian yang berkaitan dengan perilaku fanatisme K-Popers dalam mengedit konten ini dapat dijadikan sebagai bahan pembandingan dan acuan dalam menulis karya tulis yang relevan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, K. (2021). *Hubungan Fanatisme dengan Perilaku Konsumtif pada K-Popers (Penggemar K-Pop) di Kota Pekanbaru*. Skripsi Sarjana; Fakultas Psikologi: Kasim Riau.
- Alfansyur, Andarusni, and Marivani Marivani. (2020). "Seni mengelola data: Penerapan triangulasi teknik, sumber dan waktu pada penelitian pendidikan sosial." *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah* 5.2.
- Anggara, Wisnu. (2022). *Clickbait Pada Thumbnail Youtube (Analisis Isi Pesan Di Channel Garuda Space Edisi 4-16 Januari 2022)*. Skripsi Sarjana: Program Studi Ilmu Komunikasi: Ponorogo.
- Arif, April Mulyanas, *et al* eds. (2023). "Fanatisme dan Luntarnya Nilai Kebudayaan Gen Z: Dampak Trend K-Pop." *Seminar Nasional Paedagogia* Vol. 3.
- Aristin, Neli, and Dwi Maharani. (2017). "Konstruksi Sosial Anak Punk Spektakel Klub Di Kota Palembang." *Jurnal Inovasi* 11.2.
- Asmarani, Tarisa. (2023). *Perilaku Komunikasi Penggemar Musik Nayeon Pop Pada Media Tiktok*. Skripsi Sarjana; Program Studi Ilmu Komunikasi: Surakarta.
- Basarah, F. F., and Romaria, G. (2020). "Perancangan Konten Edukatif Di Media Sosial". *Jurnal Abdi Masyarakat (JAM)* 5.2.
- BK, M. K. U., and Hamna. (2021). "The Effectiveness of Jigsaw Learning Model by Using Numbered Cards: Strategy for Increasing Mathematics Learning Motivation Students in Elementary School". *Pedagogik Journal of Islamic Elementary School*, 4.1.
- Budiman, Erwin, *et al* eds. (2014). "Analisis Perlakuan Akuntansi Aktiva Tetap pada PT. Hasirat Multifinance Manado 2012." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 2.1.
- Camang, Rastia. (2021). *Kontrol Diri Penggemar K-Pop di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Ada dan Dakwah IAIN Parepare*. Skripsi Sarjana; Program Studi Bimbingan dan Konseling Islam: Parepare.
- Devi Astuti, Lana. (2022). *Pengaruh Fanatisme K-Pop Terhadap Perilaku Imitasi Pada Remaja Muslim Kota Mataram (Studi Pada Penggemar Neo Culture Technology (NCTzen) Kota Mataram)*. Skripsi Sarjana; Jurusan Bimbingan dan Konseling Islam: Mataram.
- Eliani, Jenni, *et al* eds. (2018). "Fanatisme dan perilaku agresif verbal di media sosial pada penggemar idola K-Pop." *Psikohumaniora: Jurnal penelitian*

psikologi 3.1.

- Febriyani, Rizki. (2022). *Kebebasan Melalui Anonimity Akun Media Sosial (Studi Kasus Pemilik Multiple-Account Twitter)*. Skripsi Sarjana; Program Studi Sosiologi: Jakarta.
- Fitriana, A. Dian, and Mifda Hilmiyah. (2020). "FACEBOOK Pertemanan Global Hingga Ikatan Personal." *KOMUNIDA: Media Komunikasi dan Dakwah* 10.01.
- Handoko, Ariawan, and Muhammad Ali. (2021). "Hubungan Fanatisme Suporter Sepakbola terhadap Agresi Gubernur Cup di Provinsi Jambi." *Jurnal Pion* 1.1.
- Hasanah, Hasvim. (2017). "Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial)." *At-Taqaddum* 8.1.
- Hengki Wijaya, (2018). *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi*, Makasar: Sekolah Tinggi Theologi.
- Herlambang, B. (2018). "Hubungan Antara Kesepian (*Loneliness*) Dengan Kecenderungan Fanatik Terhadap Hewan Pada Komunitas Pecinta Hewan". *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9.
- Hogg, M. A., and Vaughan, G. M. (2017). *Social psychology (edisi ke-8)* Harlow, England: Pearson.
- Huberman, Michael, and Matthew B. Miles. (2002). *The qualitative researcher's companion*. Sage.
- Ismail, A. (2008). *Selamat Menabur: 33 Renungan Tentang Didik-Mendidik*. Bekasi: Gunung Mulia.
- Jati, Rocky Prasetyo. (2023). "Memberdayakan Komunitas: Komunikasi Kooperatif Dalam Platform Media Komunitas." *Communication* 14.2.
- Jowett, G. S., and O'Donnell, V. (2014). *Propaganda and persuasion (edisi ke-6)*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Kamus versi online/daring (Dalam Jaringan). di akses pada 7-10 September 2023.
- Kementrian Agama. (2016). *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Jakarta: Kementerian Agama RI.
- Khikmiyah, Imaniyatul, *et al* eds. (2020). "Konstruksi Media Televisi Tentang Revisi Undang-Undang Komisi Pemberantasan Korupsi:(Analisis Framing Pada Tayangan Indonesia Lawvers Club di TV One)." *PAWITRA KOMUNIKA: Jurnal Komunikasi dan Sosial Humaniora* 1.2.

- Khomeini, Imam. (2012). *Membanqun Generasi Qurani: Pandangan Imam Khomeini dan Syahid Muthahhari*. Jakarta: Nur alhuda.
- Kingsnorth, Simon. (2016). *Diqital marketing strategy: An integrated approach to online marketing*. London: Kogan Page Limited.
- Kom, Yusuf Hartawan MI. (2017). "Media Sosial Sebagai Media Massa Dikalangan Remaja (Studi Etnografi Virtual Tentang Identitas dan Presentasi Diri Remaja Indonesia di Instagram)." *Jurnal Retorika* 9.
- Lanang, Dwipa Irawan. (2023). *Strategi Konten Media Diqital Oleh Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Lampung*. Skripsi Sarjana; Program Studi Ilmu Komunikasi: Lampung.
- Lee, Nancy R., and Philip Kotler. (2019). *Social marketing: Behavior change for social good*. Sage Publications.
- Lestari, Winda Ayu. (2022). *Motif dan Kepuasan Khalayak Penqgemar Budaya Korean Pop (Kpop) dalam Penqgunaan Media Online Coppamagz*. Skripsi Sarjana; Jurusan Jurnalistik: Jakarta.
- Mandibergh, (2012). *Media Sosial Bandung*. Penerbit Simbiosis Rekatama Media.
- Maulana, Robi *et al* eds. (2022). "Fenomena K-poppers Yang Habis-habisan Wajar Ga sih...??". Artikel Buletin K-Pin Vol 8.21.
- Moleong, Lexy. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nadia, Diva. (2023). *Peran Media Sosial Dalam Mewujudkan Pendidikan Politik Untuk Generasi Z (Studi Kasus Kota Banda Aceh)*. Skripsi Sarjana: Program Studi Ilmu Politik: Banda Aceh.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Siositeknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Noname. (2018). "Pemahaman Teoritik Teori Konstruksi Sosial." *Jurnal Inovasi* 12.2.
- Nurdin, Said. (2016). "Fanatisme Dalam Tinjauan Psikologi Agama." *Jurnal Suloh* 1.1.
- Nurofik. (2013). "Pengaruh sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku pada pengungkapan tanggung jawab sosial." *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia* 17.1.
- Oktaviana. (2015). *Hubungan Antara Konformitas Dengan Kecenderungan Perilaku Bullying*. Skripsi Sarjana; Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah: Surakarta.

- Putri, Idola Perдини, *et al* eds. (2019). "K-Drama dan Penyebaran Korean wave di Indonesia." *ProTVF* 3.1.
- Risman, Kadar. (2022). *Fanatisme Mahasiswa Islam*. Rena Cipta Mandiri.
- Rizqiyah, Nila, and Moch Edy Marzuki. (2023). "Interaksi Simbolik Antara Penggemar Dengan Idol K-Pop Bangtan Boys Studi Fenomenologi Pada Platfrom Weverse." *Jurnal Socia Logica* 3.3.
- Robles, M. U. (2013). *Fanaticism in Psychoanalysis*. London: Karnac Book.
- Rukajat, Aiat. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative research approach)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Shihab, M. Quraish, (2002). *Tafsir Al-Misbah jilid 3*, Jakarta: Lentara Hati.
- Sholihin, Ahmad, and Heri Kurnia. (2023). "Internet Sebagai Media Penyebaran Ideologi Radikal: Dampak, Tantangan, dan Upaya Penanggulangannya." *Academy of Social Science and Global Citizenship Journal* 3.1.
- Sugiyono, (2017). *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Pendekatan Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Metodelogi penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sulistiyowati, Tutik. (2019). "Model Adaptasi Pekerja Migran Perempuan Dalam Mengkonstruksi Identitas Sosial Di Negara Tujuan." (*Jurnal Perempuan dan Anak* 2.1.
- Thorne, Scott, and Gordon C. Bruner. (2016). "An exploratory investigation of the characteristics of consumer fanaticism." *Qualitative Market Research: An International Journal* 9.1.
- Trihandayani, Tarisa, *et al* eds. (2023). "Fanatisme Pada Fans K-Pop Di Media Sosial Yang Mengakibatkan Fanwar." *Parade Riset Mahasiswa* 1.1.
- Wawan, Ahmad, and Maria Dewi. (2010). *Teori dan Penqukuran Pengetahuan, Sikap Dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta: Nuha Medika 12.
- Wuryanta, Eka Wenats. (2015). "Di antara Pusaran Gelombang Korea (Menyimak Fenomena K-Pop di Indonesia)." *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4.2.
- Yuliani, Wiwin. (2018). "Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif Dalam Perspektif Bimbingan Dan Konseling." *Quanta* 2.2.





KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS TARBIYAH Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131
Telp. (0421) 21307

VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN

NAMA MAHASISWA : HANISA
NIM/PRODI : 19.3100.028/KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS : USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
JUDUL : PERILAKU FANATISME K-POPERS PADA AKUN
KOMUNITAS DAN PENGGEMAR BTS DI
INSTAGRAM

PEDOMAN WAWANCARA

ADMIN AKUN KPOP INSTAGRAM

1. Siapa yang kamu idolakan? Kenapa kamu mengidolakannya?
2. Bagaimana dan sejak kapan kamu mengenal K-pop?
3. Berapa lama sudah menjadi admin K-Pop? Seberapa sering kamu membagikan konten K-Pop di Instagram?
4. Apa yang mendorong kamu terlibat dalam pengelolaan konten K-Pop di Instagram?
5. Apa tujuan utamamu dalam membuat konten K-Pop di Instagram?
6. Apa saja tantangan anda dalam membuat dan membagikan konten Kpop pada komunitas?

a. Realitas Objektif

1. Bagaimana kamu biasanya mengedit foto atau video K-Pop di Instagram? Apa yang kamu lakukan ketika mengedit?
2. Apa aturan atau langkah yang kamu ikuti saat mengedit konten K-Pop? Apa yang membuatmu memilih konten tertentu untuk diedit? Jelaskan!
3. Ketika membuat konten, apakah kamu mengedit konten K-Pop secara objektif?
4. Bagaimana kamu menyeleksi atau memilih konten yang diposting di komunitas K-Pop? Apakah ada langkah-langkah tertentu yang dilakukan untuk memilih konten?
5. Apa tujuan atau pesan yang ingin disampaikan kepada anggota komunitas K-Pop di Instagram? Apakah ada hal tertentu yang kamu ingin pengikut K-Pop ketahui atau pelajari? Jelaskan!
6. Apakah ada perbedaan dalam cara kamu memandang konten sebelum diposting dan setelah diposting? Apakah ada yang harus disesuaikan sebelum dipublikasikan
7. Bagaimana kamu menanggapi umpan balik atau respons dari anggota komunitas terhadap konten yang diposting? Apakah ada penyesuaian atau perubahan yang dilakukan sebagai tanggapan terhadap respons tersebut?

b. Realitas Simbolik

1. Apa saja yang selalu kamu tambahkan atau kamu fokuskan dalam konten K-Pop yang kamu edit di Instagram? Apakah itu punya arti khusus bagi kamu atau pengikutmu?

2. Apakah ada simbol atau unsur tertentu yang sering kamu perhatikan dalam konten yang kamu edit? Apakah itu memiliki makna penting bagi kamu atau pengikutmu? Jelaskan!
3. Bagaimana kamu memilih apa yang ingin kamu tambahkan dalam editanmu? Apakah itu terkait dengan dukungan kepada idolamu atau grup K-Pop tertentu?
4. Apakah ada pesan atau cerita tertentu yang ingin kamu sampaikan melalui konten yang kamu bagikan? Apakah itu untuk menunjukkan kecintaan atau dukungan khusus kepada idolamu? Jelaskan!
5. Apa yang membuat kamu merasa bangga atau puas setelah membagikan konten K-Pop di komunitas? Apakah itu karena konten tersebut menyampaikan pesan yang ingin kamu sampaikan? Jelaskan!

c. Realitas Subjektif

1. Bagaimana perasaan kamu sebagai penggemar K-Pop memengaruhi cara kamu mengedit konten? Apakah idolamu berperan dalam cara kamu mengedit atau membagikan konten di instagram?
2. Apa yang membuat kamu merasa senang atau bersemangat saat membagikan konten K-Pop? Apakah itu karena kamu ingin menunjukkan dukungan kepada idolamu? Jelaskan!
3. Bagaimana pengalaman atau kesan pribadi kamu sebagai penggemar K-Pop memengaruhi keputusanmu dalam membagikan konten? Apakah itu berkaitan dengan pengalaman atau momen spesial bersama idolamu?
4. Apakah ada perubahan dari konten asli ke konten yang sudah kamu sunting yang berhubungan dengan perasaanmu sebagai penggemar K-Pop? Apakah

tujuanmu adalah untuk menonjolkan hal-hal yang spesial atau penting bagi kamu? Jelaskan!

5. Apakah ada hal yang membuat kamu merasa bangga atau puas setelah mengedit atau membagikan konten K-Pop di komunitas? Apakah itu karena kamu berhasil menunjukkan dukunganmu kepada idolamu? Jelaskan!

Parepare, 18 Desember 2023

Mengetahui:

Pembimbing Utama


Nurhakki, M.Si
NIP. 197706162009122001

Pembimbing Pendamping


A. Dian Fitriana, M.I.Kom
NIDN. 2030039002


PAREPARE

TRANSKRIP WAWANCARA

A. Admin Akun K-Pop Instagram

1. Siapa yang kamu idolakan? Kenapa kamu mengidolakannya?

Jawaban informan 1: yoyuby93

BTS. Saya mengidolakan mereka karena mereka memiliki bakat, dedikasi, dan semangat yang luar biasa.

Jawaban informan 2: agustdmine93

Saya mengidolakan di K-Pop adalah BTS, karena BTS mengajarkan banyak hal untuk dapat mencintai diri sendiri dan terus melangkah maju menggapai kesuksesan dan mimpi yang telah dibangun oleh seseorang tanpa memperdulikan perkataan buruk orang lain.

Jawaban informan 3: yoza_anjelisa

Aku mengidolakan sebuah boyband yg mendunia yaitu Bangtan seonyon dan atau lebih dikenal dengan BTS, alasan aku mengidolakan nyah tuh karna awalnya aku tuh lagi patah hati putus cinta kek hidup aku bersa runtuh lah gitu kan nah sampai awal mulanya aku tuh nonton drakor aku kenal Cha Eunwoo awalnya nah aku stalking di tiktok aku nemu jungkook dan aku tau BTS itu juga karna Jungkook dan sekarang aku kembali bisa bangkit itu karna Jungkook dan BTS.

Jawaban informan 4: asrianisj

BTS, saya mengidolakan mereka karna lagu-lagu yang mereka ciptakan sangat memiliki makna yang tersirat yang realistis dengan kehidupan.

2. Bagaimana dan sejak kapan kamu mengenal K-pop?

Jawaban informan 1: yoyuby93

Saya mengenal K-Pop sejak tahun 2012, ketika saya mulai menggunakan internet untuk mencari informasi dan hiburan. Saya tertarik dengan K-Pop karena musiknya yang enerjik, koreografinya yang menarik, dan pesonanya yang memikat. Saya juga suka dengan budaya dan bahasa Korea yang kaya dan

indah.

Jawaban informan 2: agustdm93

Cara saya mengenal K-Pop adalah melalui teman dan pada saat itu saya mengalami depresi yang berat selama hampir 8 tahun, kemudian pada tahun 2020 ada teman saya yang mengenalkan kepada BTS dan akhirnya saya mencari tahu tentang BTS dan ada 1 member yang menarik perhatian saya yaitu Min yoongi atau dikenal sebagai Suga.

Jawaban informan 3: yoza_anjelisa

Aku mengenal K-Pop sih udah lama yah tapi kek aku masuk ke dalam dunia K-Pop tuh kenal Kpop tuh baru awal mula tahun 2023.

Jawaban informan 4: asrianisj

Bisa mengenal BTS itu karna awalnya muncul iklan di youtube lagu mv *spring day* di tahun 2017 dan aku iseng coba *search* kembali terus dengerin lagunya, pas aku dengar pertama kali d aku langsung suka ditambah merinding tapi hati bawaannya tenang. mulai deh dari situ aku cari tau tentang BTS.

3. Berapa lama sudah menjadi admin K-Pop? Seberapa sering kamu membagikan konten K-Pop di Instagram?

Jawaban informan 1: yoyuby93

Saya menjadi admin K-pop sejak tahun 2020, ketika saya membuat akun Instagram untuk berbagi konten K-pop dengan penggemar lainnya. Saya membagikan konten K-pop di Instagram setiap hari, mulai dari foto, video, berita, trivia, hingga meme. Saya senang melihat reaksi dan komentar dari pengikut saya yang juga menyukai K-pop.

Jawaban informan 2: agustdm93

Menjadi konten kreator dan admin fanbase sudah selama 1 tahun dan saya sering membagikan kabar idola di Instagram ketika BTS ada update, MV dan single terbaru.

Jawaban informan 3: yoza_anjelisa

Jadi admin K-Pop baru-baru ini dan Alhamdulillah aku sekarang lagi fokus

ngedit konten-konten K-Pop gitu sih.

Jawaban informan 4: asrianisj

Jadi admin gc ttg bts itu udah sejak tahun 2020 smpai sekarang. sebarapa sering aku bagiin konten bts di ig itu lumayan sering, tpi skrng lebih ke instastory klau untuk posting di rells itu ga sesering aku bagiin ke instastory.

4. Apa yang mendorong kamu terlibat dalam pengelolaan konten K-Pop di Instagram?

Jawaban informan 1: yoyuby93

Yang mendorong saya terlibat dalam pengelolaan konten K-pop di Instagram adalah rasa cinta dan antusiasme saya terhadap K-pop. Saya ingin menunjukkan dukungan dan apresiasi saya kepada artis-artis K-pop yang saya sukai, dan juga berinteraksi dengan sesama penggemar K-pop dari berbagai negara dan latar belakang. Saya juga ingin memperkenalkan K-pop kepada orang-orang yang belum mengenalnya, dan membantu mereka mengenal lebih dalam tentang K-pop.

Jawaban informan 2: agustdmine93

Yang mendorong untuk menjadi admin K-Pop di Instagram adalah untuk mengetahui bahwa saya harus menjadi orang yang pertama kali mendukung idola saya dalam hal apapun.

Jawaban informan 3: yoza_anjelisa

Yang mendorong aku karna menurut ku dengan adanya konten seperti itu bisa bikin orang yang nonton jadi terhibur atau mereka jadi suka K-Pop juga.

Jawaban informan 4: asrianisj

Alasan yang mendorong aku tuh salah satunya mempromosikan dan membantu menyebarkan informasi terbaru tentang BTS kepada followers-followes saya dan itu adalah tanda dukungan saya kepada BTS.

5. Apa tujuan utamamu dalam membuat konten K-Pop di Instagram?

Jawaban informan 1: yoyuby93

Tujuan utama saya dalam membuat konten K-pop di Instagram adalah untuk

menghibur dan menginformasikan pengikut saya tentang K-pop. Saya ingin membuat konten yang menarik, kreatif, dan bermutu, yang bisa membuat pengikut saya tersenyum, tertawa, terharu, atau terinspirasi. Saya juga ingin membuat konten yang akurat, relevan, dan terkini, yang bisa memberikan pengikut saya wawasan dan pengetahuan baru tentang K-pop.

Jawaban informan 2: agustdmine93

Tujuan membuat konten K-Pop adalah untuk mengembangkan kreativitas melalui Desain grafis seperti edit foto dan video bersama idola.

Jawaban informan 3: yoza_anjelisa

Ya tujuannya itu biar jadi sebuah hiburan bagi yang nonton dan khususnya buat yg nggak kenal K-Pop jadi kenal gitu biar mereka bisa mencari kebahagiaan mereka masing-masing.

Jawaban informan 4: asrianisj

Tujuannya itu kalau untuk kepentingan bersama mempromosikan idol saya ke orang-orang yang gak ngikutin, kalau untuk sesama penggemar itu biar ga ketinggalan update an dari BTS dan terakhir untuk saya pribadi itu tujuannya untuk nyenangkan diri aja misalnya dengan konten-konten vidio halunya. soalnya itu aku punya kesenangan tersendiri juga dengan membuat konten-konten seperti itu.

6. Apa saja tantangan anda dalam membuat dan membagikan konten K-Pop pada komunitas?

Jawaban informan 1: yoyuby93

Tantangan yang saya hadapi dalam membuat dan membagikan konten K-pop pada komunitas adalah sebagai berikut:

- a) Menjaga konsistensi dan kualitas konten. Saya harus selalu mencari ide-ide segar dan menarik untuk konten saya, dan juga memastikan bahwa konten saya tidak melanggar hak cipta, etika, atau aturan Instagram.
- b) Menjaga keseimbangan dan keragaman konten. Saya harus memperhatikan preferensi dan kebutuhan pengikut saya, dan juga memberikan ruang dan

kesempatan untuk artis-artis K-pop lainnya yang mungkin kurang populer atau dikenal.

- c) Menjaga hubungan baik dan harmonis dengan komunitas. Saya harus menghormati dan menghargai pendapat dan perasaan pengikut saya, dan juga menghindari konflik atau drama dengan penggemar K-pop lainnya yang mungkin memiliki pandangan atau selera yang berbeda.

Jawaban informan 2: agustdm93

Tantangan utama dalam membuat K-Pop adalah ide dan konsep yang akan dibuat semenarik mungkin agar orang tidak bosan dan monoton ketika melihat hasil konten yang telah dibuat.

Jawaban informan 3: yoza_anjelisa

Tantangannya tu mikirin sebuah ide agar konten itu bisa menarik penonton dan supaya banyak orang bisa suka.

Jawaban informan 4: asrianisj

Untuk tantangan itu lebih kayak kehabisan ide ajasih, bingung ga tau mau baut kontennya itu kayak bagaimana lagi

a. Realitas Objektif

1. Bagaimana kamu biasanya mengedit foto atau video K-Pop di Instagram? Apa yang kamu lakukan ketika mengedit?

Jawaban informan 1: yoyuby93

Saya biasanya mengedit foto atau video K-Pop di Instagram dengan menggunakan aplikasi-aplikasi yang tersedia di ponsel saya, seperti Snapseed, VSCO, InShot, atau PicsArt. Saya melakukan beberapa hal ketika mengedit, seperti:

- a) Memotong atau mengubah ukuran foto atau video agar sesuai dengan format Instagram.
- b) Menambahkan filter, efek, stiker, teks, atau elemen-elemen lain yang menarik dan sesuai dengan tema konten.
- c) Menyesuaikan warna, kontras, kecerahan, saturasi, atau parameter lain

yang mempengaruhi kualitas visual konten.

d) Menyimpan hasil editan dalam resolusi yang tinggi dan format yang tepat.

Jawaban informan 2: agustdmine93

Yang dilakukan ketika mengedit terutama video adalah mencari video mentahan yang akan dirangkai menjadi video cerita pendek atau POV yang menarik dan tidak membosankan.

Jawaban informan 3: yoza_anjelisa

Aku mengeditnya membutuhkan beberapa apk sih ide dan vidio atau fotoh sebagai alatnya untuk terbentuknya sebuah konten aku juga butuh musiknya idenya.

Jawaban informan 4: asrianisj

Biasanya saat mengedit foto atau vidio tentang BTS itu saya meningkatkan detail agar lebih realistis dan penambahan efek-efek agar lebih menarik.

2. Apa aturan atau langkah yang kamu ikuti saat mengedit konten K-Pop? Apa yang membuatmu memilih konten tertentu untuk diedit? Jelaskan!

Jawaban informan 1: yoyuby93

Aturan atau langkah yang saya ikuti saat mengedit konten K-Pop adalah sebagai berikut:

- a) Memilih konten yang relevan, menarik, dan bermutu. Saya memilih konten berdasarkan sumber yang terpercaya, seperti akun resmi artis K-pop, media, atau fansite. Saya juga memilih konten yang memiliki nilai informasi, hiburan, atau inspirasi bagi pengikut saya.
- b) Memeriksa hak cipta dan izin penggunaan konten. Saya memastikan bahwa konten yang saya edit tidak melanggar hak cipta pemilik asli, dan saya selalu mencantumkan kredit atau sumber konten di caption atau watermark.
- c) Mengedit konten sesuai dengan tujuan dan target audiens. Saya mengedit konten dengan mempertimbangkan apa yang ingin saya sampaikan dan siapa yang akan melihatnya. Saya juga mengedit konten dengan

menghormati artis K-pop dan penggemar lainnya, tanpa menimbulkan kontroversi atau kesalahpahaman.

Jawaban informan 2: agustdmine93

Langkah yang saya ikuti adalah menyesuaikan foto dan video yang pas untuk diedit agar terlihat menarik.

Jawaban informan 3: yoza_anjelisa

Aturan kayaknya tidak terlalu ada aturan selagi itu kontennya yg wajar-wajar dan tau batasnya, aku memilih konten itu karna yang berhubungan sama K-Pop gitu.

Jawaban informan 4: asrianisj

Ada beberapa faktor yang membuat saya tertarik itu untuk mengedit atau membuat konten tersebut pertama karena kepopulerannya, dan keestetikan. karena mengedit vidio konten BTS cenderung populer dan memiliki keestetikan sehingga orang yang melihatnya itu memiliki ketertarikan yang tinggi.

4. Ketika membuat konten, apakah kamu mengedit konten K-Pop secara objektif?

Jawaban informan 1: yoyuby93

Ketika membuat konten, saya berusaha mengedit konten K-Pop secara objektif, yaitu dengan tidak memihak atau memfavoritkan artis K-pop tertentu, atau mengkritik atau menjelekkan artis K-pop lainnya. Saya mengedit konten dengan berdasarkan fakta, data, atau sumber yang valid, dan tidak menyebarkan hoax, rumor, atau spekulasi. Saya juga mengedit konten dengan menghindari prasangka, stereotip, atau diskriminasi terhadap artis K-pop atau penggemar K-pop.

Jawaban informan 2: agustdmine93

Saya mengedit konten secara objektif karena tidak hanya bertujuan untuk menghibur anggota sebuah komunitas K-Pop tetapi dapat memberikan dampak positif dengan adanya konten yang saya buat.

Jawaban informan 3: yoza_anjelisa

Ya, kadang objektif dan kadang subjektif juga sih tergantung kontennya itu.

Jawaban informan 4: asrianisj

Iya, saya tidak ingin memasukkan bias pribadi saya ke dalam pekerjaan saya. Saya ingin konten yang saya edit terlihat profesional dan menarik bagi semua penggemar BTS, terlepas dari preferensi mereka.

5. Bagaimana kamu menyeleksi atau memilih konten yang diposting di komunitas K-Pop? Apakah ada langkah-langkah tertentu yang dilakukan untuk memilih konten?

Jawaban informan 1: yoyuby93

Saya menyeleksi atau memilih konten yang diposting di komunitas K-Pop dengan menggunakan beberapa kriteria, seperti:

- a) Keterkaitan dengan topik atau tema K-Pop. Saya memilih konten yang berkaitan dengan K-Pop, seperti musik, video, berita, trivia, atau meme. Saya tidak memilih konten yang tidak ada hubungannya dengan K-Pop, seperti politik, agama, atau hal-hal pribadi.
- b) Kesesuaian dengan waktu dan situasi. Saya memilih konten yang sesuai dengan waktu dan situasi yang terjadi, seperti comeback, ulang tahun, penghargaan, atau isu-isu terkini. Saya tidak memilih konten yang sudah usang, basi, atau tidak relevan.
- c) Kepuasan dan kepentingan pengikut. Saya memilih konten yang bisa memuaskan dan memenuhi kepentingan pengikut saya, seperti memberikan informasi, hiburan, atau inspirasi. Saya tidak memilih konten yang bisa mengecewakan atau merugikan pengikut saya, seperti memberikan spoiler, sensasi, atau provokasi.

Jawaban informan 2: agustdmine93

Langkah-langkah yang saya ambil adalah menelaah informasi yang saya dapat kemudian dijadikan sebuah konten yang positif, informatif dan juga menghibur.

Jawaban informan 3: yoza_anjelisa

Ya, kita harus liat dulu isi kontennya apakah masih diatas kewajaran isinya tidak menjelekkan sesuatu atau apa bagus dan menarik.

Jawaban informan 4: asrianisj

Mencari konten yang relevan, untuk langkah-langkahnya yaitu pertama menentukan tujuan posting, mempertimbangkan target audiens, memastikan konten termasuk akurat dan faktual.

6. Apa tujuan atau pesan yang ingin disampaikan kepada anggota komunitas K-Pop di Instagram? Apakah ada hal tertentu yang kamu ingin pengikut K-Pop ketahui atau pelajari? Jelaskan!

Jawaban informan 1: yoyuby93

Tujuan atau pesan yang ingin saya sampaikan kepada anggota komunitas K-Pop di Instagram adalah untuk membagikan kecintaan saya terhadap musik dan budaya Korea, serta menginspirasi orang lain untuk mengekspresikan diri mereka melalui seni. Saya ingin pengikut K-Pop mengetahui atau belajar tentang berbagai genre, grup, dan artis K-Pop yang ada, serta menghargai keragaman dan kreativitas dalam komunitas ini.

Jawaban informan 2: agustdmine93

Saya ingin membuat pengikut K-Pop tersebut mendapatkan dampak positif dari idolanya seperti saya yang mengidolakan Suga yang suka berbagi lama-lama kelamaan beberapa tahun mendirikan sebuah yayasan peduli anak penderita kanker.

Jawaban informan 3: yoza_anjelisa

Ya, tujuannya itu biar jadi sebuah hiburan bagi yang nonton dan khususnya buat yg nggak kenal K-Pop jadi kenal gitu biar mereka bisa mencari kebahagiaan mereka masing-masing.

Jawaban informan 4: asrianisj

Tujuannya itu kalau untuk kepentingan bersama mempromosikan idol saya ke orang-orang yang gak ngikutin, kalau untuk sesama penggemar itu biar ga

ketinggalan update an dari BTS dan terakhir untuk saya pribadi itu tujuannya untuk nyenangkan diri aja misalnya dengan konten-konten vidio halunya. soalnya itu aku punya kesenangan tersendiri juga dengan membuat konten-konten seperti itu.

7. Apakah ada perbedaan dalam cara kamu memandang konten sebelum diposting dan setelah diposting? Apakah ada yang harus disesuaikan sebelum dipublikasikan?

Jawaban informan 1: yoyuby93

Ada perbedaan dalam cara saya memandang konten sebelum diposting dan setelah diposting. Sebelum diposting, saya memeriksa kualitas dan orisinalitas konten saya, serta memastikan bahwa saya tidak melanggar hak cipta atau aturan Instagram. Setelah diposting, saya mengamati respons dan interaksi dari pengikut saya, serta mencari cara untuk meningkatkan konten saya di masa depan.

Jawaban informan 2: agustdmine93

Sebelum dipublikasikan harus ditinjau kembali agar setelah dipublish tidak menimbulkan slreapon negatif atau kontra dari pengguna Instagram.

Jawaban informan 3: yoza_anjelisa

Iyaa ada, aku harus melihat konten aku ini layak nggak buat diposting menarik nggak apa kah ada kesalahan itu harus diliat dulu nanti agar tidak terjadi sebuah kesalahan yang menejerumuskan ke sebuah hujatan gitu.

Jawaban informan 4: asrianisj

Untuk perbedaannya tidak ada, menurut saya itu sama aja sebelum dan sesudah posting.

8. Bagaimana kamu menanggapi umpan balik atau respons dari anggota komunitas terhadap konten yang diposting? Apakah ada penyesuaian atau perubahan yang dilakukan sebagai tanggapan terhadap respons tersebut?

Jawaban informan 1: yoyuby93

Menanggapi umpan balik atau respons dari anggota komunitas dengan

terbuka dan positif. Saya menerima kritik konstruktif dan saran yang membantu, serta mengucapkan terima kasih atas pujian dan dukungan yang diberikan. Saya juga menghindari konflik atau drama yang tidak perlu, serta menghormati pendapat dan selera yang berbeda. Saya membuat penyesuaian atau perubahan pada konten saya berdasarkan umpan balik yang relevan dan bermanfaat, serta mempertahankan gaya dan identitas saya sebagai kreator.

Jawaban informan 2: agustdm93

Ada perubahan yang dilakukan jika terjadi kesalahpahaman dalam informasi yang saya sampaikan saya akan kembali menelaah informasi yang akurat kemudian mempublikasikannya kembali.

Jawaban informan 3: yoza_anjelisa

Ya, kadang banyak yang nggak suka konten kita tapi selama aku ngedit sih allhamdulillah banyak yang suka dan respon mereka baik semua.

Jawaban informan 4: asrianisj

Dalam menanggapi umpan balik atau respons itu saya menerima dan menunjukkan bahwa saya menghargai respons Mereka. Jika umpan balik atau respons mereka berupa kritik atau saran yang sifatnya membangun tentunya saya akan melakukan perubahan atau penyesuaian.

2. Realitas Simbolik

1. Apa saja yang selalu kamu tambahkan atau kamu fokuskan dalam konten K-Pop yang kamu edit di Instagram? Apakah itu punya arti khusus bagi kamu atau pengikutmu?

Jawaban informan 1: yoyuby93

Hal-hal yang selalu saya tambahkan atau saya fokuskan dalam konten K-Pop yang saya edit di Instagram adalah visual, audio, dan teks. Saya memilih gambar atau video yang menarik dan berkualitas tinggi dari idola atau grup K-Pop favorit saya, serta menyesuaikan warna, filter, dan efek yang cocok. Saya menambahkan musik atau suara yang sesuai dengan tema atau suasana konten saya, serta mengeditnya agar terdengar jelas dan harmonis. Saya menulis teks

yang informatif, menarik, atau lucu untuk menambahkan nilai atau pesan pada konten saya, serta menggunakan font, ukuran, dan warna yang mudah dibaca dan estetik. Hal-hal ini punya arti khusus bagi saya dan pengikut saya, karena mereka menunjukkan keterampilan, bakat, dan kepribadian saya sebagai kreator, serta membuat konten saya lebih menonjol dan berbeda dari yang lain.

Jawaban informan 2: agustdmine93

Ada arti khusus bagi pengikut yaitu pengikut mengetahui seluk-beluk dan latar belakang lagu itu diciptakan oleh idol K-Pop tersebut.

Jawaban informan 3: yoza_anjelisa

Ya itu aku memperlihatkan sebuah rasa cinta aku sma idol aku atau aku melihat sisi kebanggaan aku sma idol aku.

Jawaban informan 4: asrianisj

Saya lebih memfokuskan konten Fancam, reaction vidio, promosi Comeback, dan konser. bagi saya itu punya arti khusus.

2. Apakah ada simbol atau unsur tertentu yang sering kamu perhatikan dalam konten yang kamu edit? Apakah itu memiliki makna penting bagi kamu atau pengikutmu? Jelaskan!

Jawaban informan 1: yoyuby93

Simbol atau unsur tertentu yang sering saya perhatikan dalam konten yang saya edit adalah logo, warna, atau slogan dari fandom K-Pop yang saya ikuti, seperti BTSARMY, BLINK, EXO-L, ONCE, dll. Simbol atau unsur ini memiliki makna penting bagi saya dan pengikut saya, karena mereka menunjukkan rasa bangga, loyalitas, dan solidaritas kami terhadap idola atau grup K-Pop yang kami dukung, serta membuat kami merasa terhubung dan berbagi pengalaman bersama.

Jawaban informan 2: agustdmine93

Ada simbol yang selalu saya tampilkan itu love berwarna ungu □ yaitu memiliki warna dari ciri khas BTS itu sendiri ✨sparkle memiliki arti bahwa konten yang saya buat saya harapkan akan terus bersinar dan membawa

dampak positif.

Jawaban informan 3: yoza_anjelisa

Simbolnya yah simbol cinta kami saja terhadap idol kami rasa bangga kami kayak emot love ☐

Jawaban informan 4: asrianisj

Saya menggunakan unsur yang khas dari budaya Korea, seperti tulisan Korea, pesan-pesan positif dan inspiratif. Unsur ini dapat membuat konten K-Pop terasa lebih autentik dan mewakili pesan-pesan dari idolanya.

3. Bagaimana kamu memilih apa yang ingin kamu tambahkan dalam editanmu? Apakah itu terkait dengan dukungan kepada idolamu atau grup K-Pop tertentu?

Jawaban informan 1: yoyuby93

Saya memilih apa yang ingin saya tambahkan dalam editan saya berdasarkan tema, warna, dan gaya dari video musik atau foto yang saya gunakan. Saya juga mempertimbangkan konsep dan pesona dari idol atau grup K-Pop yang saya sukai. Misalnya, jika saya ingin membuat editan untuk Haluin BTS, saya akan menggunakan warna-warna yang cerah, efek-efek yang dinamis, dan font-font yang modern. Saya juga akan menambahkan beberapa kata-kata yang menggambarkan kekuatan dan karisma mereka.

Jawaban informan 2: agustdmine93

Yang ingin saya tambahkan dalam editan saya adalah gambar dari album tersebut supaya pengguna Instagram atau website tertentu mengetahui konten dari album apakah yang saya buat.

Jawaban informan 3: yoza_anjelisa

Aku memilih dengan cara melihat sisi mna yg mau aku ambil dulu baik dari sisi ketampanan prestasinya atau kejailan yang lucu yang bikin mereka yang nnton suka lah gitu.

Jawaban informan 4: asrianisj

Saya memilih yang ingin saya tambahkan dalam editan itu mencari tau dulu berita apa yang sedang ramai dibahas dalam komunitas penggemar BTS

misalnya mengenai comeback dan itu bentuk dukungan saya terhadap BTS.

4. Apakah ada pesan atau cerita tertentu yang ingin kamu sampaikan melalui konten yang kamu bagikan? Apakah itu untuk menunjukkan kecintaan atau dukungan khusus kepada idolamu? Jelaskan!

Jawaban informan 1: yoyuby93

Saya ingin menyampaikan pesan atau cerita yang berhubungan dengan lirik, koreografi, atau makna dari lagu-lagu K-Pop yang saya edit. Saya juga ingin menunjukkan kecintaan atau dukungan khusus kepada idol atau grup K-Pop yang saya edit. Misalnya, jika saya ingin membuat editan untuk BTS, saya akan menggunakan lirik-lirik yang menggambarkan persahabatan, impian, atau nostalgia mereka. Saya juga akan menambahkan beberapa emoji atau stiker yang lucu dan menggemaskan.

Jawaban informan 2: agustdmine93

Ada yang saya ingin sampai kan adalah bahwa ini adalah lagu yang diciptakan memiliki makna yang sangat indah dan dapat menyembuhkan mental seseorang.

Jawaban informan 3: yoza_anjelisa

Ya, kadang aku menulis isi hati ku untuk idol ku secara aku nggak bisa secara langsung menyatakannya maka dari itu aku menyampaikannya melalui konten-konten seperti ini.

Jawaban informan 4: asrianisj

Tentu saja, ada beberapa pesan atau cerita tertentu yang ingin saya sampaikan melalui konten yang saya bagikan. Pertama, saya ingin menunjukkan kecintaan saya terhadap BTS . Saya ingin berbagi kegembiraan dan semangat yang saya rasakan saat mendengarkan musik BTS. Saya ingin menunjukkan kepada orang lain betapa menakjubkan dan inspiratifnya dunias Bts . Kedua, saya ingin menyebarkan pesan positif dan inspiratif. Saya ingin menggunakan BTS sebagai sarana untuk menyebarkan pesan-pesan tentang cinta, harapan, dan motivasi. Saya ingin menunjukkan kepada orang lain bahwa BTS dapat

menjadi kekuatan yang luar biasa dalam hidupnya.

5. Apa yang membuat kamu merasa bangga atau puas setelah membagikan konten K-Pop di komunitas? Apakah itu karena konten tersebut menyampaikan pesan yang ingin kamu sampaikan? Jelaskan!

Jawaban informan 1: yoyuby93

Saya merasa bangga atau puas setelah membagikan konten K-Pop di komunitas karena saya bisa berbagi karya saya dengan orang-orang yang memiliki minat yang sama. Saya juga bisa mendapatkan feedback, apresiasi, atau saran dari mereka. Saya merasa konten saya menyampaikan pesan yang ingin saya sampaikan jika orang-orang yang melihatnya bisa merasakan emosi, pesan, atau cerita yang saya coba sampaikan.

Jawaban informan 2: agustdmine93

Yang membuat saya puas adalah pengguna Instagram dapat mengetahui awal mula idolanya terbentuk melalui perjuangan yang sangat panjang dan berliku.

Jawaban informan 3: yoza_anjelisa

Yang membuat aku merasa puas setelah memposting konten itu adalah dengan banyaknya orang yang menonton konten ku dengan adanya respon yang baik yg keluar dari mereka setelah menonton gitu.

Jawaban informan 4: asrianisj

Ada beberapa hal yang membuat saya merasa bangga dan puas setelah membagikan konten K-Pop. Pertama, saya merasa bangga bisa menunjukkan kecintaan saya terhadap BTS kepada orang lain. Saya ingin berbagi kegembiraan dan semangat yang saya rasakan saat mendengarkan musik K-Pop. Saya ingin menunjukkan kepada orang lain betapa menakjubkan dan inspiratifnya dunia K-Pop.

3. Realitas Subjektif

1. Bagaimana perasaan kamu sebagai penggemar K-Pop memengaruhi cara kamu mengedit konten? Apakah idolamu berperan dalam cara kamu mengedit atau membagikan konten di instagram?

Jawaban informan 1: yoyuby93

Perasaan saya sebagai penggemar K-Pop memengaruhi cara saya mengedit konten karena saya ingin membuat konten yang sesuai dengan selera dan harapan saya. Saya juga ingin membuat konten yang bisa menunjukkan sisi terbaik dari idol atau grup K-Pop yang saya edit. Idol saya berperan dalam cara saya mengedit atau membagikan konten di instagram karena saya sering terinspirasi oleh gaya, ekspresi, atau pesona mereka. Saya juga ingin membuat konten yang bisa membuat mereka bangga atau senang jika mereka melihatnya.

Jawaban informan 2: agustdmine93

Idola saya sangat berperan dalam membuat konten mereka menciptakan ide atau jalan cerita dalam setiap cerita yang saya tulis.

Jawaban informan 3: yoza_anjelisa

Ya mereka sangat mempengaruhi karna tanpa ada mereka aku nggaak bakal nemuin sebuah ide untuk mmbuat konten itu kan.

Jawaban informan 4: asrianisj

Perasaan saya sebagai penggemar BTS memengaruhi cara saya mengedit konten dalam beberapa hal. Pertama, saya selalu berusaha untuk membuat konten yang berkualitas dan menarik bagi para penggemar BTS lainnya. Saya ingin konten yang saya bagikan dapat membuat para penggemar BTS merasa senang, terhibur, dan terinspirasi. Idola saya berperan dalam cara saya mengedit dan membagikan konten dalam beberapa hal. Pertama, mereka menginspirasi saya untuk membuat konten . Saya ingin berbagi kegembiraan dan semangat yang saya rasakan saat mendengarkan musik dan menonton penampilan mereka. Kedua, mereka membantu saya untuk memahami budaya K-Pop. Saya belajar banyak tentang budaya Korea dari idola saya, mulai dari

bahasa, makanan, hingga sejarah. Pengetahuan ini membantu saya untuk membuat konten K-Pop yang lebih informatif dan bermanfaat. Ketiga, mereka membantu saya untuk terhubung dengan para penggemar K-Pop lainnya. Saya dapat berbagi kecintaanku terhadap BtS dengan para penggemar lainnya melalui konten yang saya bagikan.

2. Apa yang membuat kamu merasa senang atau bersemangat saat membagikan konten K-Pop? Apakah itu karena kamu ingin menunjukkan dukungan kepada idolamu? Jelaskan!

Jawaban informan 1: yoyuby93

Saya merasa senang atau bersemangat saat membagikan konten K-Pop karena saya bisa mengekspresikan diri saya melalui kreativitas saya. Saya juga bisa berinteraksi dengan penggemar K-Pop lainnya dan berbagi rasa cinta atau dukungan kepada idol atau grup K-Pop yang saya edit. Saya merasa ini adalah salah satu cara untuk menunjukkan dukungan kepada idol saya.

Jawaban informan 2: agustdmine93

Yang membuat saya bersemangat membagikan konten KPop karena dapat mengetahui keahlian saya yang tersembunyi seperti di bidang editing sekaligus merupakan bentuk dukungan kecil bagi idola saya.

Jawaban informan 3: yoza_anjelisa

Pertama ya untuk menunjukkan dukungan ku ke pada idol ku dan yang kedua karna aku bisa mengenalkan mereka ke beberapa orang aku bisa bikin yang nggak suka jadi tertarik buat yang butuh semangat jadi semangat dengan adanya mereka.

Jawaban informan 4: asrianisj

Saya senang bisa berbagi kecintaanku Terhadap BTS dengan orang lain. Saya ingin menunjukkan kepada orang lain betapa menyenangkannya dan betapa besarnya mereka menyebarkan hal" yang positif.

3. Bagaimana pengalaman atau kesan pribadi kamu sebagai penggemar K-Pop memengaruhi keputusanmu dalam membagikan konten? Apakah itu berkaitan dengan pengalaman atau momen spesial bersama idolamu?

Jawaban informan 1: yoyuby93

Pengalaman atau kesan pribadi saya sebagai penggemar K-Pop sangat memengaruhi keputusan saya dalam membagikan konten. Saya selalu ingin berbagi konten yang menunjukkan kualitas, bakat, dan pesona idola saya. Saya juga ingin berbagi konten yang berkaitan dengan pengalaman atau momen spesial bersama idola saya, seperti konser, fan meeting, atau acara lainnya. Saya merasa bahwa dengan berbagi konten tersebut, saya bisa lebih dekat dengan idola saya dan juga dengan penggemar lainnya.

Jawaban informan 2: agustdmine93

Ya sangat berhubungan dengan perasaan dengan idola saya karena saya punya satu pengalaman pernah menonton konser idola saya pertama kali dalam solo tournya yaitu Suga agustd D-DAY tour yang diadakan di Indonesia.

Jawaban informan 3: yoza_anjelisa

Pengalaman ya aku punya sedikit pengalaman yang mana biasanya hari-hari ku membosankan tidak menarik sekarang jadi lebih ceria berwarna bersemangat kembali karena mereka dan aku juga punya banyak teman dari seluruh dunia karena itu.

Jawaban informan 4: asrianisj

Pengalaman dan kesan pribadi saya sebagai penggemar BTS memengaruhi keputusan saya dalam membagikan konten dalam beberapa hal. Pertama, pengalaman saya sebagai penggemar BTS membuat saya memahami apa yang diinginkan oleh para penggemar lainnya. Saya tahu bahwa para penggemar BTS ingin mendapatkan konten yang berkualitas, informatif, dan menghibur.

4. Apakah ada perubahan dari konten asli ke konten yang sudah kamu sunting yang berhubungan dengan perasaanmu sebagai penggemar K-Pop? Apakah

tujuanmu adalah untuk menonjolkan hal-hal yang spesial atau penting bagi kamu? Jelaskan!

Jawaban informan 1: yoyuby93

Ada beberapa perubahan dari konten asli ke konten yang sudah saya sunting yang berhubungan dengan perasaan saya sebagai penggemar K-Pop. Misalnya, saya sering menambahkan stiker, filter, atau teks yang mengekspresikan rasa cinta, kagum, atau lucu saya terhadap idola saya. Saya juga sering memotong atau menggabungkan beberapa klip video atau foto untuk menonjolkan hal-hal yang spesial atau penting bagi saya, seperti ekspresi wajah, gerakan tari, atau interaksi antara idola. Tujuan saya adalah untuk membuat konten yang lebih menarik, unik, dan personal.

Jawaban informan 2: agustdmine93

Ya, untuk menonjolkan hal yang spesial bagi saya karena saya merasa lebih dekat dengan idol saya ketika dapat membuat konten positif yang berhubungan dengan idola saya.,dan merasa setara dan sama seperti idola saya.

Jawaban informan 3: yoza_anjelisa

Ya, karna aku sangat mereka bangga karna mereka karna prestasi bakat kebaikan dan kerceriaan mereka yang mmbuat ku kembali bangkit semangat lagi.

Jawaban informan 4: asrianisj

Ya, ada beberapa perubahan dari konten asli ke konten K-Pop yang sudah saya edit yang berhubungan dengan perasaan saya sebagai penggemar K-Pop. tujuan saya adalah untuk menonjolkan hal yang spesial yaitu dengan menunjukkan kecintaan saya dan dukungan saya terhadap BTS. Misalnya Dalam sebuah video tentang comeback idol K-Pop favorit saya, saya menambahkan klip dari MV comeback mereka. Saya juga menambahkan kutipan dari idol K-Pop tersebut tentang pesan lagu tersebut. Hal ini bertujuan untuk memberikan informasi dan hiburan kepada para penggemar lainnya.

5. Apakah ada hal yang membuat kamu merasa bangga atau puas setelah mengedit atau membagikan konten K-Pop di komunitas? Apakah itu karena kamu berhasil menunjukkan dukunganmu kepada idolamu? Jelaskan!

Jawaban informan 1: yoyuby93

Ada banyak hal yang membuat saya merasa bangga atau puas setelah mengedit atau membagikan konten K-Pop di komunitas. Salah satunya adalah karena saya berhasil menunjukkan dukungan saya kepada idola saya. Saya merasa bahwa dengan membuat atau membagikan konten yang berkualitas, saya bisa membantu idola saya mendapatkan lebih banyak penggemar, penghargaan, atau perhatian. Saya juga merasa senang jika konten saya mendapatkan respon positif dari penggemar lainnya, seperti like, comment, atau share. Saya merasa bahwa saya menjadi bagian dari komunitas yang saling mendukung dan menghargai.

Jawaban informan 2: agustdmine93

Ya saya merasa berhasil dapat menjadi orang pertama dan mengetahui info yang belum dilihat oleh orang banyak dan dapat membagikannya serta memberikan dampak positif.

Jawaban informan 3: yoza_anjelisa

Ya karena aku sangat mereka bangga karena mereka karena prestasi bakat kebaikan dan kerceriaan mereka yang membuat ku kembali bangkit dan bisa lebih semangat lagi.

Jawaban informan 4: asrianisj

Iya ada hal yang membuat saya merasa bangga setelah membagikan konten tersebut kepada Komunitas dan itu berhasil menunjukkan dukunganku Terhadap BTS. Dimana dalam sebuah video tentang pesan positif dan inspiratif dari BTS, saya menambahkan kutipan dari member BTS, lirik lagu, dan video fancam yang menyentuh hati. Hal ini bertujuan untuk menyebarkan pesan-pesan positif dan menyebarkan hal positif kepada para penggemar lainnya.

LAMPIRAN 1
Surat Penetapan Pembimbing Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100 website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor: B-1668/In.39/FUAD.03/PP.00.9/06/2023

Parepare, 27 Juni 2023

Hal : **Surat Penetapan Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth. Bapak/Ibu:

1. **Nurhakki, M.Si.**
2. **A. Dian Fitriana, M.I.Kom**

Di-
Tempat

Assalamualaikum, Wr.Wb.

Dengan hormat, menindaklanjuti penyusunan skripsi mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Parepare dibawah ini:

N a m a : HANISA
NIM : 19.3100.028
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : PERILAKU FANATISME KOPERS DALAM MENGEDIT KONTEN PADA AKUN KOMUNITAS DAN PENGGEMAR (STUDI PADA ADMIN AKUN KPOP INSTAGRAM)

Bersama ini kami menetapkan Bapak/Ibu untuk menjadi pembimbing skripsi pada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian Surat Penetapan ini disampaikan untuk dapat dilaksanakan dengan penuh rasa tanggung jawab. Kepada bapak/ibu di ucapkan terima kasih

Wassalamu Alaikum Wr.Wb

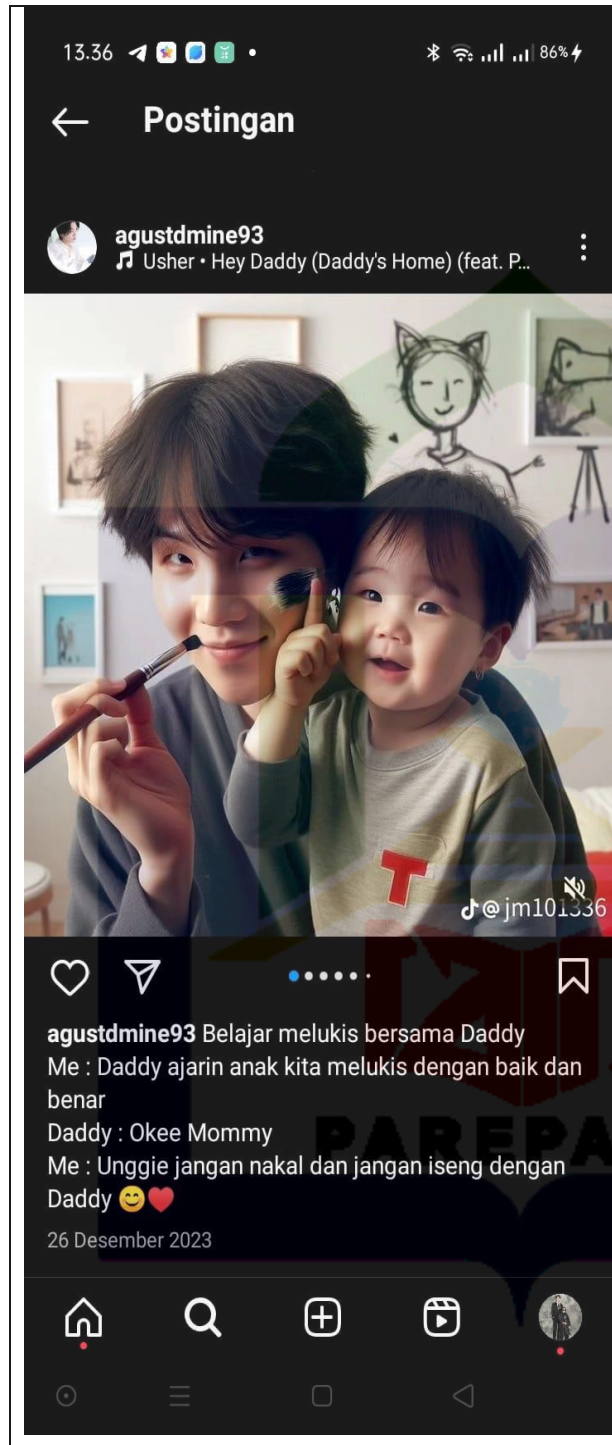
Dekan,

Dr. A. Nurhidam, M.Hum
NIP.19641231 199203 1 045

LAMPIRAN 2

KONTEN ADMIN K-POPERS

Konten Admin	Keterangan
	Admin @Yoyuby93 Realitas Objektif Hasil konten foto yang diedit bersama idola K-Pop adalah manipulasi digital dari gambar asli. Kenyataan admin sebagai penggemar sebenarnya tidak berada dalam foto bersama idola mereka. Secara faktual, foto tersebut adalah hasil dari editing grafis dimana admin sebagai penggemar BTS menempatkan diri mereka sendiri atau gambar mereka ke dalam gambar yang sudah ada. Realitas Simbolik Foto hasil editing ini memiliki makna yang lebih dalam bagi penggemar. Hal ini menginterpretasikan sebagai ekspresi cinta dan kekaguman yang mendalam admin K-Pop terhadap idolanya. Foto tersebut menjadi simbol dari hubungan atau ikatan emosional antara penggemar dan idola mereka meskipun dalam realitas sebenarnya tidak ada interaksi langsung. Realitas Subjektif Berdasarkan konten disajikan tersebut merupakan perilaku fanatisme admin dimana mengedit konten untuk khayalan dan imajinasinya sendiri. Editan tersebut dibuat untuk menyenangkan admin sendiri.



Admin @Agustdm93

Realitas Objektif

Konten tersebut tidak bersifat tidak nyata namun merupakan hasil painting atau ilustrasi penggemar saja yang diedit melalui sebuah aplikasi. Namun, secara faktual, tidak ada hubungan romantis atau pernikahan yang sebenarnya terjadi antara idola dan admin yang memposting. Admin membuat keterangan seakan-akan menganggap idolanya sebagai "suami"-nya.

Realitas Simbolik

Postingan admin yang mengaku idola mereka sebagai "suami" menjadi bagian dari fantasi atau imajinasi yang ditunjukkan oleh penggemar dalam menciptakan ikatan emosional dengan idolanya. Pada postingannya ditandai dengan emoji smile 😊 yang melambangkan kebahagiaan dan kepuasan admin. Sedangkan emoji ❤️ menggambarkan semangat dan vitalitas seorang admin sebagai penggemar K-Pop.

Realitas Simbolik

Bagi admin atau penggemar yang membuat postingan ini menjadi ekspresi humor, kekaguman, atau kesenangannya. Admin melihat postingan tersebut sebagai cara untuk mengekspresikan cinta dan dukungan yang mendalam terhadap idola mereka dengan cara yang menyenangkan dan kreatif.



Admin @yoza_anjelisa

Realitas Objektif

Sama dengan konten admin @yoyuby93 dimana konten tersebut merupakan manipulasi digital dari gambar asli. Dimana admin sebagai penggemar BTS menempatkan diri sendiri atau fotoh selfienya ke dalam gambar yang sudah ada.

Realitas Simbolik

Foto hasil editing ini menginterpretasikan sebagai ekspresi cinta dan kekaguman yang mendalam admin K-Pop terhadap idolanya. Dalam Foto tersebut ditandai dengan emoji love warna ungu 🍆 sebagai identitas kecintaan pada BTS atau yang dikenal sebagai tanda kasih sayang yang begitu sensitif.

Realitas Subjektif

Berdasarkan konten disajikan tersebut merupakan perilaku fanatisme admin dimana mengedit konten untuk khayalan dan imajinasinya sendiri.

LAMPIRAN 3

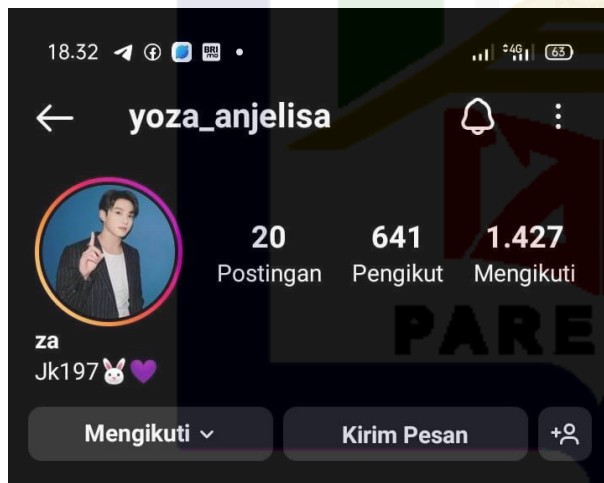
DOKUMENTASI



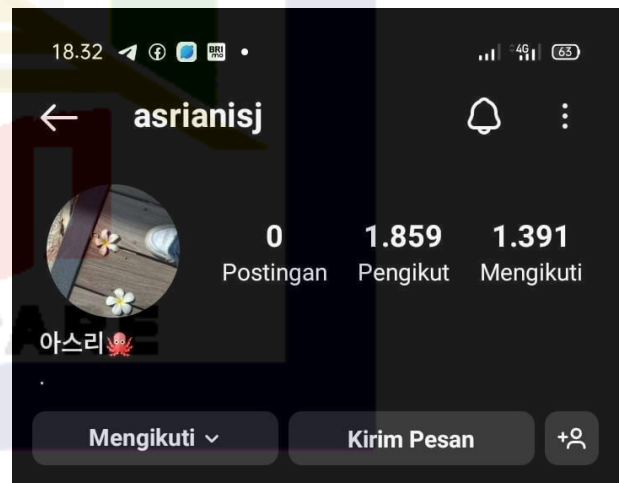
Akun Admin K-Popers @yoyuby93



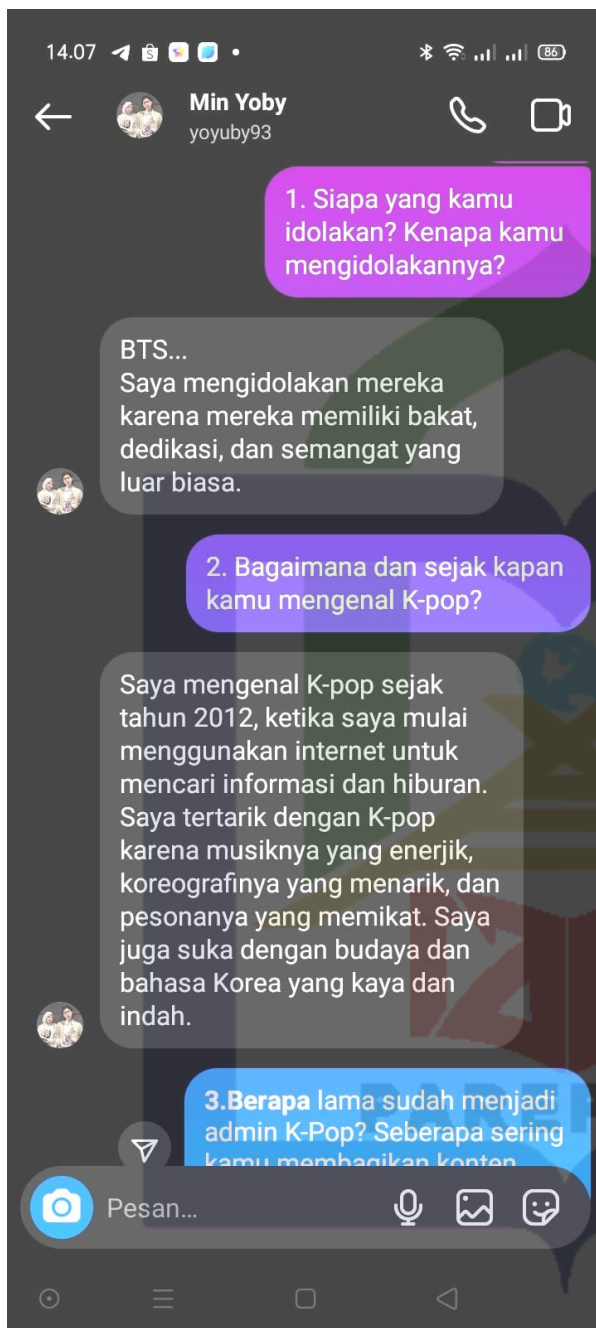
Akun Admin K-Popers @agustdmine93



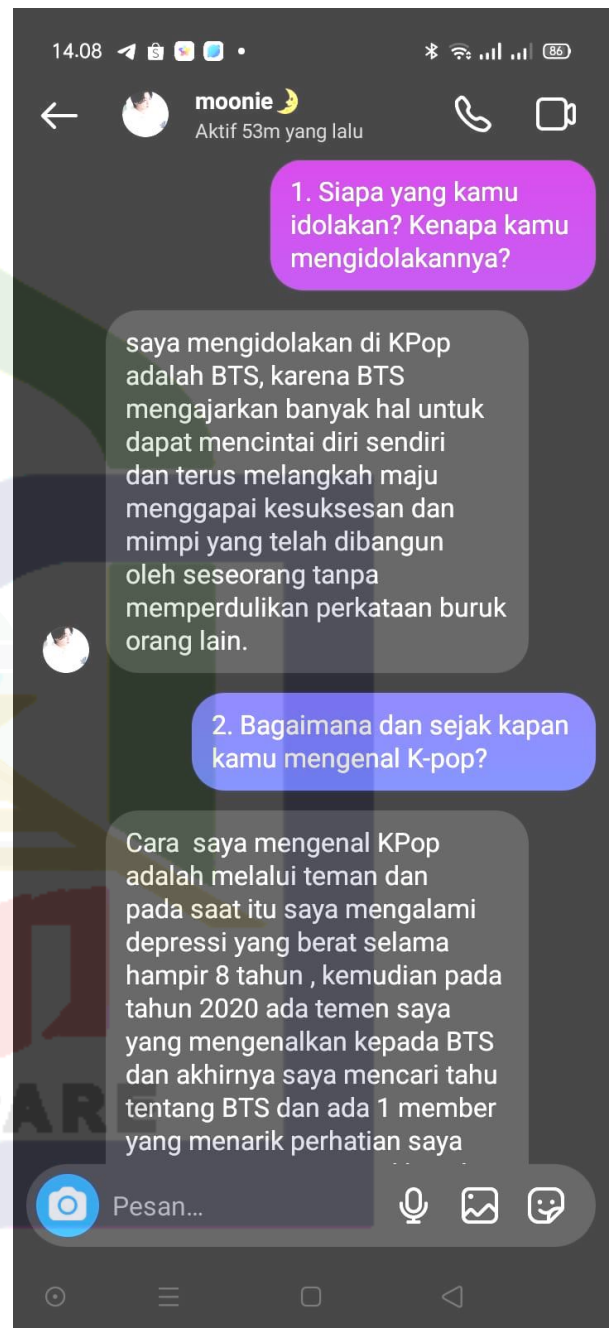
Akun Admin K-Popers @yoza_anjelisa



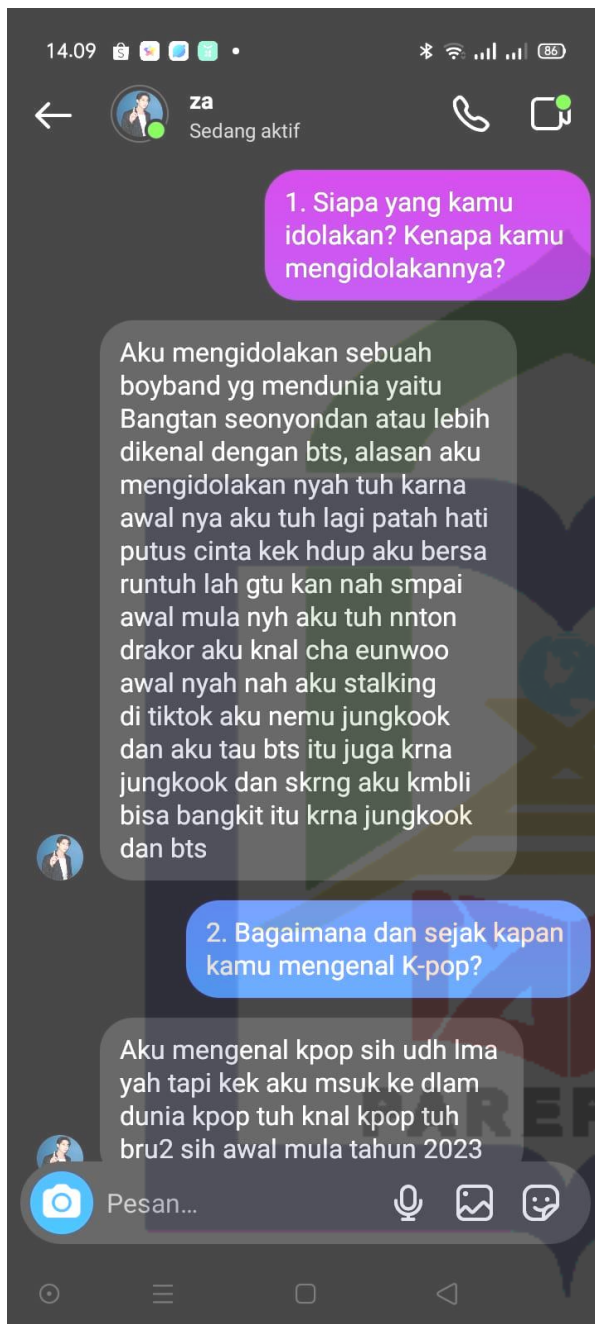
Akun Admin K-Popers @asrianisj



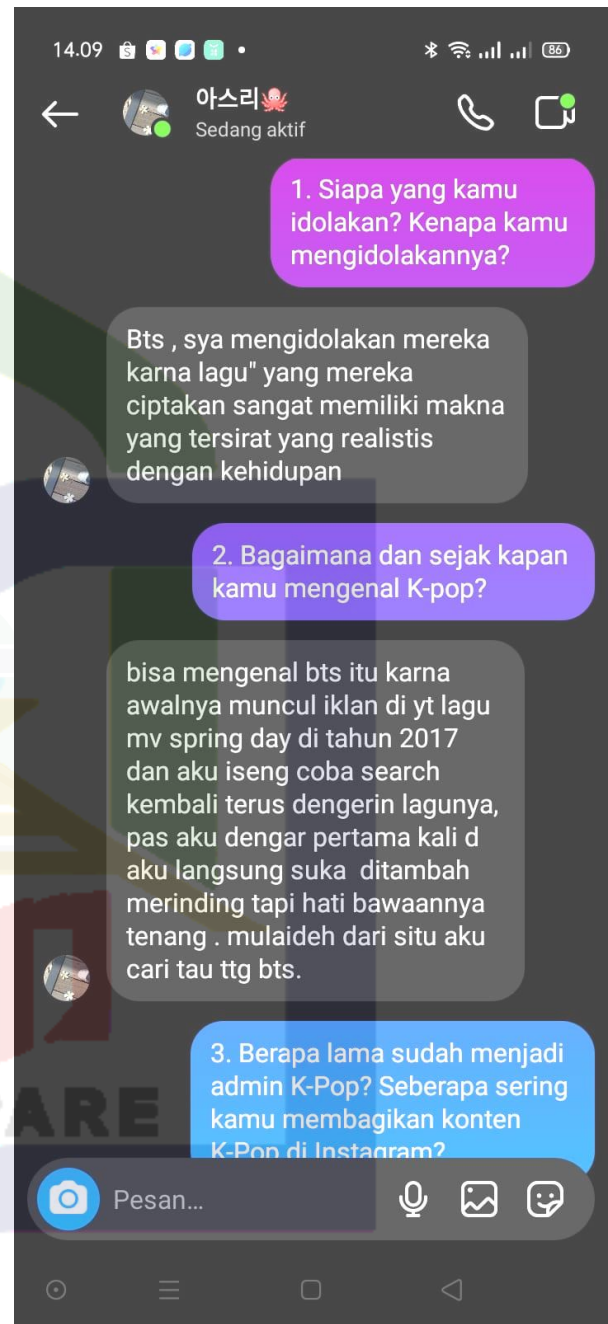
Wawancara dengan admin @yoyuby93



Wawancara dengan admin @agustdm93



Wawancara dengan admin @yoza_anjelisa



Wawancara dengan admin @asrianisj

BIODATA PENULIS



Hanisa, Lahir di Polewali, Pinrang , Sulawesi Selatan. Pada tanggal 26 Januari 2002, merupakan anak kedua (2) dari tiga (3) bersaudara. Anak dari pasangan Bapak Hardi dan Ibu Pakkawaru Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Kini penulis beralamat Tonrongnge, Desa Watang Pulu, Kecamatan Suppa, Kabupaten Pinrang, Provinsi Sulawesi Selatan. Adapun pendidikan riwayat penulis, yaitu pada tahun 2013 lulus dari SDN 106 Polewali, pada tahun 2016 lulus dari SMPN 4 Suppa, dan melanjutkan pendidikan di SMKN 3 Pinrang dan mengambil jurusan Multimedia. Pada tahun 2019, selanjutnya, penulis melanjutkan kuliah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare mengambil program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam .

Penulis pernah melaksanakan Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) di kementrian agama kabupaten Sidrap dan melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di desa Pising, Kecamatan Donri-Donri , Kabupaten Soppeng.

Untuk memperoleh gelar Sarjana pendidikan (S.Sos), Penulis mengajukan tugas akhir berupa tugas Skripsi yang berjudul: *Perilaku fanatisme K-popers pada akun komunitas dan penggemar di Instagram.*