

Identifikasi pada Stan Twitter sebagai Komunitas Fandom Virtual yang Dibayangkan = Identification in Stan Twitter as Imagined Virtual Fandom Community

Syahnaz Savitri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920560584&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan teknologi terutama penggunaan media sosial memungkinkan terbentuknya beragam komunitas online, di mana salah satunya adalah komunitas fandom K-pop di media sosial Twitter yang disebut K-Pop Stan Twitter. Penelitian ini akan berfokus pada salah satu fandom K-Pop yang bernama Inner Circle. Penelitian ini akan menggunakan metode etnografi digital untuk menjelaskan bagaimana anggota fandom Inner Circle membentuk identifikasi mereka saat mereka menegosiasikan produktivitas dan budaya partisipasi mereka melalui platform media sosial. Temuan dari penelitian ini menyatakan bahwa identifikasi dapat mencakup tiga dimensi: inti, isi, dan perilaku. Inti dari fandom Inner Circle diartikulasikan dalam kiasan positif fandom yang dewasa, yang ditunjukkan oleh keyakinan, nilai, norma, dan rutinitas kelompok, yang dibandingkan dengan kelompok lain. Identifikasi juga diperkuat melalui pengalaman kelompok, sejarah dan tradisi, dan ritual di mana penggemar sama-sama membangun makna. Demografi, anggota fandom, ukuran fandom yang kecil, interaksi parasosial, serta audiens yang dibayangkan, adalah faktor-faktor yang memengaruhi proses identifikasi. Penelitian ini akan menjelaskan motivasi penggemar bergabung dengan Stan Twitter, serta alasan mereka menggunakan akun Twitter khusus penggemar. Penelitian ini juga memperhatikan dua jenis teks penggemar yaitu tweet penggemar serta profil Twitter penggemar yang merupakan cara anggota menunjukkan dedikasi dan semangat untuk fandom mereka. Selain itu, penelitian ini akan menunjukkan bagaimana penggemar membentuk representasi selebritas yang menjadi objek fandom mereka pada komunitas fandom virtual yang dibayangkan.

.....The development of technology, especially the use of social media, allows the formation of various online communities, one of which is the K-Pop fandom community on Twitter called K-Pop Stan Twitter. This research will focus on one of the K-Pop fandoms named Inner Circle. This study then draw on digital ethnographic data to explore how members of inner Circle fandom form their identification as they negotiate their productivity and participatory culture through online social media platforms. The findings of this study suggest that identification can include three dimensions: core, content, and behavior. The core of the Inner Circle fandom is articulated in the positive tropes of “mature fandom”, represented by the group’s beliefs, values, norms, and routines, as compared to other groups. Identification is also strengthened through group experience, history and tradition, and rituals in which fans build meaning together. Demographic, fandom size, parasocial interactions, and imagined audience are factors influencing the identification process. This study will explain fans' motivations to join Stan Twitter, as well as the reasons they are using a Twitter fan account. This study also pays attention to two types of fan text, namely fan tweets and fan Twitter profiles which are one way for members to show their dedication and passion for their fandom. In addition, it will show how fans shape the representation of celebrities who are the object of their fandom in an imagined virtual fandom community.