

ABSTRAK

Seiring dengan semakin berkembangnya budaya penggemar, banyak produk dari hasil budaya penggemar yang tercipta di kalangan penggemar, termasuk media sosial yang digunakan sebagai sarana untuk berinteraksi dan mendapatkan informasi seputar tokoh idola. Salah satunya, *roleplay*. Aktivitas *roleplay* menjadi salah satu produk dari budaya penggemar yang mewajibkan pemainnya untuk berperan sebagai seorang tokoh idola, dan berperilaku sesuai dengan sifat dan perilaku orang yang diperankan. Aktivitas ini membutuhkan *platform* media sosial dengan fitur yang dapat membantu mereka untuk melakukan aktivitas tersebut. Salah satunya adalah Twitter. Seorang penggemar yang memutuskan untuk bermain *roleplay*, memiliki motivasi yang menjadi latar belakang bagi orang tersebut untuk melakukan aktivitas tersebut, sesuai dengan teori komunikasi, yaitu 10 motif penggunaan media sosial milik teori *uses & gratification*. Melalui motivasi yang dimiliki tersebut, tentu ada kepuasan yang ingin diperolehnya. Pada penelitian ini dilakukan dengan penelitian kuantitatif deskriptif terhadap responden yang bermain *roleplay* K-POP dan memenuhi syarat. Hasil penelitian ini menemukan bahwa kepuasan yang dicari oleh pengguna akun *roleplay* K-POP berdasarkan motivasi yang mereka miliki dapat terpenuhi melalui penggunaan jenis media sosial yang dipilih karena berperan dalam menyediakan kebutuhan yang diperlukan untuk mencapai kepuasan tersebut. Melalui ketiga variabel tersebut pula, ketiganya saling memiliki pengaruh yang positif antar satu sama lain. Serta, melalui penelitian ini, peneliti ingin melihat apakah 10 teori penggunaan media sosial milik *uses and gratification* saat ini masih relevan digunakan pada perkembangan penggunaan media sosial saat ini.

Kata Kunci: Motif penggunaan media sosial, Kepuasan, Twitter, *Roleplay* K-POP.

ABSTRACT

As the fan culture is getting evolves, many products from the result of fan culture are created among the fans, including social media that used for fan interaction and to gain all the information about the idol. One of them is roleplay. The activity of roleplay becomes one of the fan culture's products that obliges its players to act like the idol, such as their behavior and character from the idol they chose. This activity needs a social media platform that has features that can help them to perform their activities, and one of them is Twitter. A fan who decided to play roleplay has motives that become the background of that person to do this activity, following the communication theory, namely the 10 motives for using social media belonging to the uses & gratification theory. Through the motives that they have, certainly, there is a gratification that wanted to be obtained. This research was conducted using a quantitative descriptive method on respondents who played K-POP's roleplay and qualified. The results of the study discovered that the gratification sought by users of K-POP's roleplay accounts based on their motives can be satisfied through the use of the choice of social media type, as it has a role in providing the necessary needs to achieve those gratifications. Those three variables as well, all of them have a positive influence on one another. Also, through this research, the researcher wants to see whether the 10 theories of uses and gratification's current use of social media are still relevant to use in the current development of social media use.

Key Words: Motives for using social media, Gratification, Twitter, K-POP roleplay.

