

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
DAFTAR ISTILAH	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan dan Manfaat	5
1.4 Kajian Literatur	5
1.4.1 Konsumsi dan Penyebaran Konten	6
1.4.2 Motivasi Penggemar dan Identitas Diri	7
1.4.3 Interaksi dalam Media Sosial	9
1.5 Kerangka Teori	10
1.5.1 Teori Identitas Sosial	10
1.5.2 Teori Budaya Partisipatoris dan Perilaku Penggemar	12
1.6 Metode Penelitian	15
1.6.1 Lokasi dan Waktu	15
1.6.2 Desain Studi	15
1.6.3 Karakteristik dan Teknik Pemilihan Informan	15
1.6.4 Jenis Data	17
1.6.5 Teknik Pengumpulan Data	18
1.6.6 Teknik Pengolahan Data	18
1.6.7 Teknik Analisis Data	19
BAB II PENGGEAR DAN FANDOM K-POP DI INDONESIA	21



2.1	Perkembangan Industri K-Pop di Indonesia	21
2.1.1	Awal Masuknya K-Pop ke Indonesia	21
2.1.2	Popularitas K-Pop di Indonesia	23
2.2	Dinamika Penggunaan Media Sosial X/Twitter oleh Penggemar K-Pop di Indonesia	26
2.2.1	Penyebaran K-Pop Melalui Internet	26
2.2.2	Media Sosial X/Twitter sebagai Media Penyebaran Informasi	27
2.2.3	Praktik Penggemar K-Pop Melalui Kepemilikan <i>Fan Account</i> di Media Sosial X/Twitter	28
BAB III	KONSUMSI KONTEN DALAM FANDOM K-POP	31
3.1	Latar Belakang Informan Penggemar K-Pop di Indonesia	31
3.2	Karakteristik Media Konten K-Pop yang Dikonsumsi Penggemar	35
3.3	Perilaku Konsumsi Konten K-Pop oleh Penggemar	41
3.3.1	Perilaku Konsumsi Konten K-Pop Harian	42
3.3.2	Perilaku Konsumsi Konten K-Pop Berbayar	43
3.3.3	Perilaku Konsumsi Konten K-Pop dari <i>Fanbase</i>	46
3.4	Pembahasan	49
BAB IV	BUDAYA PARTISIPATORIS DALAM FANDOM K-POP MELALUI MEDIA SOSIAL X/TWITTER.....	51
4.1	Motivasi Penggemar Menjadi Bagian dari Fandom K-Pop.....	51
4.1.1	Motivasi Internal	51
4.1.2	Motivasi Eksternal.....	54
4.2	Partisipasi Penggemar dalam Fandom K-Pop	56
4.2.1	Partisipasi Daring (<i>Online</i>).....	57
4.2.2	Partisipasi Luring (<i>Offline</i>).....	60
4.3	Bentuk Interaksi Penggemar dalam Fandom K-Pop.....	62
4.3.1	Interaktif	62
4.3.2	Pasif	63
4.4	Hierarki dalam Fandom K-Pop di Media Sosial X/Twitter	65
4.5	Dampak Interaksi Penggemar dalam Fandom K-Pop.....	68
4.5.1	Dampak Positif	68
4.5.2	Dampak Negatif.....	69
4.6	Pembahasan	74



BAB V PENUTUP	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Limitasi Studi.....	79
5.3 Rekomendasi.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN	84