

ABSTRAK

Haters sebagai khalayak media yang menolak teks yang diberikan oleh media kini telah bertransformasi menjadi audiens yang aktif dan interaktif. Dengan perkembangan teknologi yang ada, kini haters dapat mengekspresikan perasaan yang dimilikinya. Penelitian ini menggunakan metode netnografi untuk meneliti dinamika haters k-pop yaitu "Thrice" di Instagram. Hasil observasi partisipatoris online pada 5 akun Thrice dan wawancara mendalam pada lima informan ditemukan bahwa aktivitas Thrice sebagai kelompok haters di Instagram meliputi aktivitas memproduksi dan mengonsumsi *flaming*, melakukan *body shaming* dan menyebarkan ujaran kebencian. plagiat, tidak memiliki kemampuan dalam bernyanyi dan penyuka sesama jenis merupakan isu yang gencar di ungkapkan oleh Thrice. Thrice memiliki relasi yang terbagi menjadi dua jalur yaitu relasi antar pemilik akun Thrice dan relasi antara pemilik akun Thrice dengan pengikutnya. Relasi tersebut terjalin karena adanya kebutuhan informasi terbaru mengenai objek kebencian mereka yaitu Twice, adanya rasa ingin berbagai informasi kepada sesama Thrice dan adanya rasa kesamaan yang dimiliki mereka yaitu sama-sama membenci Twice. Media online atau cyberspace juga menjadi area perang antara haters dan fans atau sering disebut dengan istilah fan war. Identitas haters di sosial media sangat dirahasiakan sehingga haters mempresentasikan dirinya menggunakan identitas Pseudonim. Selain itu, haters juga menggunakan emoticon dan bahasa teks untuk mengekspresikan kebenciannya pada Twice..

Kata kunci: *Haters K-Pop, Thrice, Instagram, Netnografi*

ABSTRACT

Haters as media audiences who reject the texts provided by the media nowadays have transformed into active and interactive audiences. With the development of the existing technology, now haters can express their feelings. This study uses the netnographic method to examine the dynamics of K-pop's haters, namely "Thrice" on Instagram. The results of online participatory observation on five Thrice accounts and in-depth interviews with five informants found that Thrice's activities as a hater group on Instagram included the activities of producing and consuming flaming, doing body shaming and spreading hate speech. Plagiarism, not having the ability to sing and liking same-sex are intense issues expressed by Thrice. Thrice has a relationship that is divided into two lines, the relationship between the owners of the Thrice accounts and the relationship between the owners of the Thrice accounts and their followers. The relationship is established because of the need of the latest information about their hatred object, Twice, the sense of wanting to share information with fellow Thrice and the sense of similarity they have, hate Twice. Online media or cyberspace is also become an area of war between haters and fans or often referred to as fan war. The identity of haters on social media is very secretive so haters present themselves using the identity of Pseudonym. In addition, haters also use emoticons and text languages to express their hatred of Twice.

Keyword: *Haters K-Pop, Thrice, Instagram, Netnografi*