



## Intisari

Sama seperti manusia pada umumnya, *fans* mempunyai keinginan untuk bisa hidup nyaman, bebas, dan tanpa adanya tekanan. Namun, di mata masyarakat umum, *fans* khususnya *fans* K-pop dianggap sebagai kelompok yang fanatik dan dinilai negatif. Sebagai bagian dari minoritas, *fans* K-pop mencari tempat yang dapat memberikan kebebasan untuk menunjukkan identitas dirinya sebagai *fans* yang aktif dalam kegiatan *fandom*. Salah satu cara yang ditempuh adalah dengan menggunakan *fan account* di media sosial Twitter. Penelitian ini berfokus pada bagaimana *fans* BTS membangun identitas virtualnya di media sosial Twitter. Salah satu *boyband* Korea yang sedang sangat populer dan digemari masyarakat di seluruh dunia adalah BTS. Di kalangan *fans* K-pop, *fans* BTS (ARMY) dianggap sebagai *fans* yang rusuh dan sering terlibat dalam *fanwar*. Meskipun demikian, ARMY berhasil membuktikan loyalitasnya kepada BTS sehingga mampu membawa nama BTS dikenal di kancah internasional. Dengan menggunakan metode netnografi pada 3 *fan account* BTS di Twitter, hasil penelitian menunjukkan bahwa ARMY menggunakan berbagai macam cara untuk membangun identitas virtualnya melalui *fan account* di Twitter, yaitu lewat profil yang ditampilkan di laman Twitter, aktivitas *fans* sebagai *citizen infotainment journalist*, interaksi dan komunikasi dengan sesama *fans*, serta pengekspresian emosi melalui *emoticon* dan bahasa teks.

Kata kunci: k-pop, virtual *fandom*, identitas virtual, Twitter, netnografi



## **Abstract**

Just like humans in general, fans have the desire to be able to live comfortably, freely, and without pressure. However, in the eyes of the general public, fans, especially K-pop fans, are considered as a fanatical and negative group. As part of a minority, K-pop fans are looking for a place that can give them the freedom to show their identities as fans who are active in fandom activities. One of the ways is using fan account on Twitter. This research focused on how BTS fans build their virtual identity on Twitter. One of the Korean boy bands that is very popular and liked by people all over the world is BTS. Among K-pop fans, BTS fans (ARMY) are considered as fans that are riotous and often involved in fan war. Nevertheless, ARMY succeeded in proving their loyalty to BTS, so they are able to carry the name BTS to be known internationally. By using netnography method on 3 BTS fan accounts on Twitter, the result showed that ARMY used a variety of ways to build their virtual identity through Twitter fan accounts, which are through profile displayed on Twitter page, fan activity as citizen infotainment journalist, interaction and communication with fellow fans, as well as expressing emotions through emoticons and text languages.

**Keywords:** k-pop, virtual fandom, virtual identity, Twitter, netnography