

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada kolektivitas fandom Sone di Media sosial Instagram. Fandom menjadi fenomena umum yang semakin berkembang dalam industri hiburan. Fandom memiliki kontrol dalam penggunaan media, sehingga dalam perkembangannya fandom menjadi komunitas yang aktif dalam dunia virtual. Dengan penggunaan dan kontrol terhadap media seperti di media sosial Instagram, fandom menciptakan aktivitas kolektif yang unik dan positif dalam kehidupan sosial. Hal tersebut dibuktikan dari kasus yang menimpa Tiffany salah satu anggota dari kelompok penyanyi Korea Selatan Girls' Generation yang mendapat kecaman dari warga Korea Selatan karena mengunggah foto bendera negara Jepang tepat pada hari kemerdekaan negara Korea Selatan. Dibalik skandal Tiffany, ada aktivitas unik dan positif yang dilakukan oleh penggemar Tiffany. Sone (sebutan fandom Girls' Generation) secara kolaboratif memberikan dukungan dengan mengunggah gambar dan video lewat *hashtag* #straystrongtiffany dan #lettertotiffany di Instagram. Selain kasus Tiffany, Sone juga menunjukkan kolektivitasnya dalam menghadapi *haters/antifan* Girls' Generation. Dengan cara yang unik dan positif, Sone membalas *haters/antifan* Girls' Generation dengan meme. Berdasarkan kasus tersebut, peneliti menggunakan teori kolektivitas virtual fandom berdasarkan ciri-ciri interaksi bebas dan imajinatif, kolaboratif, serta konsumtif. Penelitian ini mengelaborasi kolektivitas unik dan positif dari virtual fandom. Dengan menggunakan metode Netnografi, penelitian ini menunjukkan berbagai kolektivitas unik dan positif dari virtual fandom yaitu fenomena *fanshipper*, *fanart*, penggemar sebagai *citizen infotainment journalist*, aktivitas penggemar dalam menghadapi *haters/antifan*, pengekspresian emosi lewat meme, emoticon, dan bahasa teks. Kolektivitas unik dan positif tersebut membuktikan bahwa virtual fandom yang dibangun lewat media komunikasi seperti Instagram menjadi rumah bagi penggemar yang memfasilitasi pergerakan terciptanya budaya penggemar. Penggemar menjadi aktor yang bebas dan imajinatif dalam berinteraksi dan bereskrpsi, sehingga menciptakan budayanya sendiri dalam struktur sosial masyarakat.

Kata Kunci: Virtual Fandom, Kolektivitas Virtual, Instagram, K-Pop, Netnografi

ABSTRACT

This study focuses on the collectivity of Sone fandom in Social Media Instagram. Fandom is becoming an increasingly common phenomenon in the entertainment industry. Fandom has control over the use of media, so in its development fandom becomes an active community in the virtual world. With the use and control of the media as in Instagram, fandom creates a unique and positive collective activity in social life. This is evidenced from the case of Tiffany one of the member of South Korean girl group Girls' Generation who received criticism from South Koreans for uploading a picture of the Japan flag right on the South Korea independence day. Behind the Tiffany scandal, there is a unique and positive activity done by Tiffany fans. Sone (Girls' Generation's fandom name) collaboratively lends support by uploading pictures and videos via hashtag #straystrongtiffany and #lettertotiffany in Instagram. In addition to Tiffany's case, Sone also showed their collectivity in dealing with Girls' Generation haters/antifan. In a unique and positive way, Sone rewards the Girls' Generation haters/antifan with meme. Based on the case, the researcher uses virtual fandom collectivity theory based on the characteristics of free and imaginative, collaborative, and consumptive interaction. This study elaborates the unique and positive collectivity of virtual fandom. Using the Netnography method, this study demonstrates the unique and unique collectivities of virtual fandom, which are fanshipper, fanart, fans as citizen infotainment journalists, fan activity in dealing with haters, emotional expression through memes, emoticons, and text languages. This unique and positive collectivity proves that virtual fandom built through communications media is home to fans who facilitate the movement of the creation of a fan culture. Fans become free and imaginative actors in interaction and expression, thus creating their own culture within the social structure of society.

Keywords: Virtual Fandom, Collectivity Virtual, Instagram, K-Pop, Netnography