

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR BAGAN DAN TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka	6
F. Landasan Teori.....	7
F.1. Dimensi Kolektivitas: Nyata dan Virtual	7
F.2. Instagram dan Pengaruhnya terhadap Perubahan Aktivitas Penggemar	10
F.3. Penggemar sebagai Audiens Aktif: Aktivitas Unik dan Positif	13
F.4. Virtual Fandom.....	15
F.5. Kolektivitas Virtual Fandom	18
G. Metodologi Penelitian	19
G.1. Paradigma dan Pendekatan Penelitian	19
G.2. Metode Penelitian	20
G.3. Objek Penelitian.....	22
G.4. Teknik Pengumpulan Data.....	27
G.5. Teknik Analisis Data.....	29
G.6. Keterbatasan Penelitian.....	30
BAB II PERKEMBANGAN FANDOM DAN MUSIK POP SECARA GLOBAL, ASIA, DAN REGIONAL.....	31
A. Fandom Dulu dan Kini.....	31
A.1. Fandom dalam Cerita Fiksi	31
A.2. Fandom dalam Olahraga Sepakbola	32
A.3. Penggemar Berita dan Politik	34
A.4. Fandom Komik	35
A.5. Polemik Fandom: <i>Online</i> dan Konvensional	37
B. Fandom dalam Musik Populer	40
B.1. Amerika Pop (A-Pop)	41
B.2. Mandari Pop (M-Pop)	43
B.3. Japan Pop (J-Pop).....	44
B.4. Korean Pop (K-Pop).....	46
C. Fandom K-Pop Masa Kini	53
C.1. Identitas	54

D. Idol dan Fandom K-Pop	55
D.1. Seni	56
D.2. Fantasi	56
D.3. Loyalitas dan Fanatis	57
BAB III GIRLS' GENERATION: PILAR LAHIRNYA SONE DAN HALLYU WAVE	58
A. Girls' Generation sebagai Pilar <i>Hallyu Wave</i>	58
A.1. Awal Karir dan Peristiwa <i>Black Ocean</i>	58
A.2. <i>Nation Girl Group</i> dan Popularitas <i>Gee</i>	61
A.3. Ekspansi Musik di Jepang dan Asia	64
A.4. <i>The Boys</i> dan <i>Go International</i>	67
A.5. I Got A Boy, Masa Kelam, dan Hiatus	68
A.6. Kampanye dan Amal	70
B. Sone: Sebuah Harapan	72
B.1. Keberadaan dan identitasnya	72
B.2. Aktivitas sosial	75
C. Sone di Media Sosial Instagram	75
BAB IV KOLEKTIVITAS FANDOM SONE DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM	78
A. Fenomena <i>Fanshipper</i> sebagai Kebebasan Fantasi Penggemar	79
A.1. <i>Fanshipper</i> : Fantasi Romantis dan Erotis Penggemar di Media Sosial Instagram	80
A.2. Cinta Penggemar sebagai Alasan Terciptanya Fantasi Romantis	82
A.3. Fantasi Erotis Penggemar terhadap Idola sebagai Realitas Nyata dan Kesenangan	85
B. <i>Fanart</i> : Imajinasi Seni Visual Penggemar	88
C. Penggemar sebagai <i>Citizen Infotainment Journalist</i>	101
C.1. <i>Produce Information</i>	101
C.2. <i>Combine Information</i>	107
C.3. <i>Sharing Information</i>	111
C.4. <i>Project Information</i>	114
D. <i>Haters</i> dan Penggemar	118
D.1. <i>Haters</i> dan Ujaran Kebencian	119
D.2. <i>Haters</i> dan Fandom Sone	122
D.3. Cara Penggemar Mengatasi <i>Haters</i>	129
D.4. Fandom: Perubahan Perilaku Terhadap <i>Haters</i>	134
E. Meme Penggemar dalam Mengekspresikan Emosi	136
E.1. Emosi dan Meme	136
E.2. Meme Penggemar	137
F. Ekspresi Penggemar lewat Komentar: Emoticon dan Bahasa Teks	148
F.1. Emoticon Sebagai Simbol Ekspresi Emosi Penggemar	148
F.2. Emoticon Penggemar di Instagram	149
F.3. Penggunaan Bahasa Teks Penggemar di Instagram	152
BAB V PENUTUP	155
A. Kesimpulan	155
B. Saran	158

DAFTAR PUSTAKA	159
LAMPIRAN.....	172