

Aktivitas *bromance* penggemar K-Pop di akun anonim Twitter

Yovita Pramesti Cahyarani
Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia
yovitapramesti.2018@student.uny.ac.id

Awanis Akalili
Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia
awanisakalili@uny.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui interpretasi aktivitas *bromance* penggemar Kpop di akun anonim Twitter. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan metode netnografi. Subjek dari penelitian ini adalah penggemar *boy grup* ATEEZ yakni ATINY Indonesia yang kerap melakukan aktivitas *bromance* di akun anonim Twitter yang dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*) dan observasi-partisipan. Uji validitas data menggunakan teknik triangulasi sumber data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para informan penelitian aktif berpartisipasi dalam menikmati, membagikan, dan memproduksi produk budaya yang dihasilkan dari aktivitas *bromance*, dengan produk yang paling digemari adalah *Alternate Universe (AU)*. Kedelapan informan juga memenuhi dua kepuasan yakni *Hedonic Gratifications* dan *Social Gratifications*.

Kata Kunci : aktivitas *bromance*, akun anonim Twitter, fandom K-Pop online.

Abstract

The purpose of this study was to find out the interpretation of K-pop fans' bromance activities on anonymous Twitter accounts. The approach used in this research is descriptive qualitative with netnographic method. The subjects of this study were fans of the ATEEZ boy group, namely ATINY Indonesia, who often carry out bromance activities on anonymous Twitter accounts selected by purposive sampling technique. Data collection techniques in this study were in-depth interviews and participant-observation. Test the validity of the data using data source triangulation techniques. The results showed that research informants actively participated in enjoying, sharing, and producing cultural products resulting from bromance activities, with the most popular product being Alternate Universe (AU). The eight informants also fulfilled two satisfactions, namely Hedonic Gratifications and Social Gratifications.

Keywords : bromance activity, anonymous Twitter accounts, online K-Pop fandom.

PENDAHULUAN

Twitter merupakan salah satu media sosial yang memberikan kebebasan kepada para penggunanya. Salah satu kebebasannya adalah pengguna dapat memiliki lebih dari satu akun dengan mudah. Kebebasan inilah yang menjadikan penggemar K-Pop untuk memiliki lebih dari satu akun dan melakukan aktivitasnya secara anonim. Salah satu aktivitas penggemar K-Pop adalah mengakses konten *bromance* idola K-Pop melalui akun anonim yang mereka miliki. Twitter pun menjadi fasilitas bagi para penggemar K-Pop untuk melakukan aktivitas *bromance* secara anonim dan bebas.

Bromance merupakan salah satu aktivitas yang sering dilakukan di kalangan idola K-Pop laki-laki. Pada dasarnya, *bromance* merupakan interaksi erat antara dua atau lebih laki-laki. *Bromance* merupakan gabungan antara 'brother' yang berarti saudara laki-laki dan 'romance' yang berarti hubungan kuat atau keintiman emosi antara dua orang atau lebih. Menurut Hammarén dan Johansson (2014), *bromance* dan *womance* (*woman romance*) merupakan sebuah kedekatan secara non-seksual dan hubungan persahabatan antara dua atau lebih laki-laki atau perempuan. *Bromance* dan *womance* sering ditemukan dan banyak digunakan di dalam *pop culture*. Hubungan intim yang dua atau lebih laki-laki atau perempuan lakukan ini hanya sebatas persahabatan dan bahkan kedua pihak menyatakan bahwa dirinya adalah heteroseksual.

Pada penelitian ini, peneliti akan memfokuskan pada aktivitas *bromance*, yakni interaksi erat antara dua atau lebih laki-laki yang ada di kalangan idola K-Pop yang mana menciptakan imajinasi serta interpretasinya sendiri di kalangan para penggemar. Seringkali interaksi persahabatan idola ini difantasi dan sering dituangkan melalui narasi atau bentuk lainnya di media sosial. Walaupun jenis penggemar yang menggemari aktivitas *bromance* ini sering dianggap terlalu delusional dan menyalahi aturan, penggemar tetap melakukan fantasinya dengan berlindung di balik akun anonim media sosial. Permasalahan yang ditemukan pada fokus penelitian ini ada pada aktivitas *bromance* yang menyebabkan para penggemar akhirnya menciptakan imajinasi serta interpretasinya sendiri yang dinarasikan dan disebarluaskan melalui berbagai platform online yang salah satunya adalah media sosial Twitter.

Salah satu grup idola yang banyak menawarkan banyak aktivitas *bromance* dan mendukung beberapa gerakan sosial seperti salah satunya LGBTQ adalah ATEEZ. Grup naungan agensi KQ Entertainment itu merupakan salah satu K-Pop generasi keempat yang telah mendulang banyak prestasi dan sedang naik daun. Salah satunya adalah menjadi grup generasi keempat pertama yang berhasil memenangkan acara televisi *Immortal Songs* dimana ATEEZ telah menang sebanyak 4 kali dan 2 kali diundang ke tahap final *Immortal Songs* yaitu *Kings of Kings*. Walaupun berasal dari agensi kecil, ATEEZ dapat menjual habis tiket *world tour* pertama hanya setelah 3 bulan debut. Penggemar ATEEZ disebut dengan nama ATINY yang memiliki arti ATEEZ *DESTINY* dan *fandom* nya telah berkembang ke seluruh dunia termasuk Indonesia.

Hallyu merupakan salah satu fenomena budaya dari Korea Selatan yang salah satu produk budaya populernya adalah K-Pop. Kata *Hallyu* berasal dari bahasa Cina yaitu *hal* dan *lyu*. Kata 'lyu' tidak hanya memiliki arti tren budaya populer, akan tetapi juga gelombang besar yang berasal dari ideologi politik-ekonomi sederhana yang menjadi suatu paradigma budaya/peradaban baru pasca perang dingin (Bok Rae, 2015:155). *Hallyu* dianggap sebagai simbol kekuatan Korea Selatan di bidang teknologi budaya yang mana memberikan peluang bagi penggiat kreatif di Korea Selatan untuk memproduksi produk budaya yang nantinya akan dipasarkan ke seluruh dunia. *Hallyu* tidak lagi menjadi sebuah fenomena budaya, akan tetapi menjadi fenomena ekonomi-industri (Bok Rae, 2015:159). Salah satu produk budaya dari *Hallyu* adalah K-Pop (Korean Pop). Fenomena budaya ini lah yang menciptakan subkultur baru berupa kumpulan penggemar yang biasa disebut dengan *fandom*.

Menurut Jenkins (1992), *fandom* biasanya merujuk pada aktivitas kolektif dan praktik kreatif yang dilakukan oleh penggemar, akan tetapi istilah *fandom* juga dapat merujuk pada tindakan penggemar itu sendiri. *Fandom* merupakan subkultur yang terbentuk akibat sebuah produk budaya yang isinya merupakan aktivitas penggemar dalam mengagumi suatu budaya tertentu seperti K-Pop. Sama seperti kelompok sosial lainnya, seorang penggemar di dalam *fandom* tidak hanya melakukan interaksi dan menjalin ikatan dengan idolanya, akan

tetapi juga melakukan interaksi dengan penggemar lainnya. Tujuan interaksi yang dilakukan antar sesama penggemar tidak lain adalah untuk mendapatkan pengakuan bahwa dirinya adalah bagian dari kelompok. Menurut Bourdieu (dalam Abd-Rahim, 2019:67), agar dinyatakan sebagai bagian dari *fandom*, penggemar membutuhkan modal sosial yang dapat memberikan kredensial sehingga akhirnya penggemar tersebut diakui sebagai bagian dari *fandom*. Salah satu modal sosial yang biasanya dilakukan oleh penggemar adalah koneksi atau relasi yang dibangun antara penggemar satu dengan lainnya. Memproduksi ulang karya resmi dari idola merupakan salah satu cara seorang penggemar agar mendapatkan pengakuan dari penggemar lainnya, sehingga penggemar tersebut mendapatkan reputasi di dalam *fandom* dan dapat disebut sebagai orang atau penggemar yang 'layak dikenal' oleh fans lainnya dalam satu *fandom*.

Kemajuan teknologi memberikan dampak besar berupa kemudahan dalam mengakses apapun dari manapun dan kapanpun. Hanya dengan menyelami internet dan menggerakkan jari, semua informasi bisa kita dapatkan dengan mudah. Kemajuan dan kemudahan teknologi inilah yang kemudian juga memberikan dampak pada pertumbuhan *fandom* K-Pop online atau komunitas virtual para penggemar. Internet menghapus jarak dan batasan antara orang satu dengan lainnya dan hal inilah yang memberikan mereka kesempatan untuk ikut berpartisipasi dan bergabung ke dalam komunitas virtual tanpa harus bertemu secara fisik. Selain itu, kemudahan dan kebebasan yang ditawarkan oleh internet adalah orang-orang dapat menggunakan identitas yang berbeda dari identitas aslinya, sehingga sering bermunculan pengguna anonim yang mana memberikan orang-orang perlindungan dalam menyalurkan berbagai bentuk ekspresinya termasuk ekspresi yang paling negatif dan bebas.

Para penggemar bebas berekspresi tanpa takut mencemari identitas asli mereka di dunia nyata, sehingga dapat melakukan apapun dan berlindung dibalik identitas anonim tersebut. Salah satu kegunaan identitas anonim di kalangan fans K-Pop adalah untuk mengekspresikan wacana dan fantasi liar penggemar terhadap seorang idol seperti memfantasikan lebih aktivitas *bromance* yang dilakukan oleh dua atau lebih idola laki-laki.

Fantasi akan aktivitas *bromance* inilah yang menyebabkan adanya aktivitas *shipping* di dalam *fandom*.

Sebelumnya, *fandom* merupakan salah satu bentuk dari budaya partisipasi penggemar, yang pada dasarnya mentransformasi informasi yang didapatkan menjadi sebuah produk media baru bahkan budaya baru. Terlebih dalam *cyberfandom*, penggemar yang terhubung secara *online* ini mengonsumsi produk budaya dan ikut memproduksinya, pembaca yang juga menulis, serta penonton yang ikut berpartisipasi. Dalam *cyberfandom*, terdapat beberapa produk dari partisipasi penggemar, antara lain *fanfiction* / *alternate universe*, *fanart*, *fan edit*, *fan video*, dan lain sebagainya. Pada penelitian ini, budaya partisipasi penggemar berupa keikutsertaan *cyberfandom* ATINY di media sosial Twitter terhadap aktivitas *bromance* yang dilakukan oleh ATEEZ, yang mana para penggemar ini menafsirkannya menjadi sebuah produk budaya baru.

Dikutip dari Scodari dan Felder (dalam Williams, 2011:291), kata *ship* dalam istilah *shipping* memiliki arti hubungan yang berasal dari kata *relationship*. Williams juga menjelaskan di dalam bukunya bahwa *shipping* dilakukan pada karakter fiksi yang ada di acara televisi, film, ataupun novel. Akan tetapi pada saat ini, *shipping* tidak hanya dilakukan antara karakter fiksi namun juga tokoh nyata seperti artis, penyanyi, dan idola K-Pop. Dilansir dari fansplaining.com (2016), *shipping* merupakan kegiatan memasang orang atau karakter fiksi secara romantis dan atau sensual antara kurang lebih dua orang atau karakter fiksi. Jadi, pada dasarnya *shipping* merupakan kegiatan memasang dua orang atau karakter fiksi ke dalam hubungan yang romantis atau sensual. Aktivitas *shipping* yang terbentuk dari aktivitas *bromance* ini juga dilakukan oleh penggemar salah satu grup K-Pop yaitu grup ATEEZ.

Berbeda dengan stereotip di Indonesia, laki-laki di Korea Selatan tidak sungkan untuk menunjukkan *bromance* nya kepada laki-laki lain, seperti memeluk, mengatakan rasa sayang, hingga mencium laki-laki lainnya karena bagi laki-laki Korea Selatan hal itu wajar dilakukan oleh seorang sahabat. Sama dengan ATEEZ, semua anggotanya suka melakukan interaksi *bromance*, bahkan tidak jarang anggotanya sering menunjukkan emosi dan afeksinya kepada anggota lain dengan berbagai cara.

Salah satu *ship* atau pasangan yang paling suka melakukan aktivitas *bromance* di ATEEZ adalah 'Woosan', yakni Wooyoung dan San.

Kedua member ini tidak segan menunjukkan afeksinya di depan banyak orang dan bahkan keduanya pernah secara terang-terangan mengatakan nama *ship* Wooyoung dan San di salah satu acara musik Korea Selatan. Mereka menganggap bahwa 'Woosan' merupakan lambang dari persahabatan dan bahkan memiliki slogan yang dijadikan tato yakni '*amicus ad aras*', persahabatan hingga gerbang surga. 'Woosan' merupakan *ship* yang paling sering melakukan aktivitas *bromance*, tidak jarang kedua anggota ini menunjukkannya di depan member lain, idola lain, penggemar, hingga televisi nasional.

Base merupakan wadah bagi pengguna Twitter yang ingin melakukan interaksi dengan pengguna lainnya tapi tidak ingin menunjukkan identitasnya secara langsung. Akun base sangat familiar di telinga penggemar K-Pop terutama di Indonesia. Apabila penggemar ingin melakukan interaksi di dalam base, penggemar dapat memakai fitur *menfess* (*mention confess*) melalui *direct message* yang nantinya akan di posting ke halaman base dengan identitas anonim. Interaksi yang dilakukan di dalam base berguna untuk mencari suatu informasi yang berkaitan dengan tujuan base atau mencari teman. Base *menfess* merupakan perantara yang dapat memfasilitasi penggemar K-Pop dalam mendapatkan informasi dan konten yang sesuai dengan keinginan mereka. Tak jarang penggemar melakukan *shipping* di dalam base *menfess* tersebut. Terdapat dua jenis base *menfess*, yakni manual base atau base dengan pengiriman *menfess* secara manual melalui *direct message* dan auto base atau base dengan pengiriman *menfess* secara otomatis dengan bot.

Maraknya penggunaan internet dan media sosial, seseorang dapat memiliki beragam identitas untuk melindungi identitas aslinya. Termasuk para penggemar ATEEZ, yakni ATINY, yang menjadi bebas dalam mengekspresikan segala kegiatan dan fantasinya melalui identitas anonim yang salah satunya adalah akun anonim. Aktivitas yang kerap dilakukan *cyberfandom* ATINY adalah aktivitas *bromance* melalui akun anonim, baik itu milik pribadi (*second account*) atau base *menfess* yang dalam penelitian ini adalah @basejingga. Hal inilah yang membuat peneliti

tertarik untuk mengeksplorasi aktivitas *bromance* para penggemar ATEEZ yakni ATINY melalui akun anonim.

Aktivitas *bromance* di kalangan idol K-Pop kerap diinterpretasikan oleh para penggemar melalui narasi imajinasi mereka yang diunggah secara anonim melalui berbagai platform online seperti media sosial Twitter. Hal yang menarik dari fenomena ini adalah interpretasi para penggemar terhadap aktivitas yang lumrah dilakukan antara laki-laki Korea Selatan untuk menunjukkan afeksi persahabatan mereka. Dalam menginterpretasikan imajinasinya di platform media sosial, para penggemar menggunakan identitas anonim untuk melindungi identitas aslinya. Selain itu, media sosial Twitter dipilih karena regulasinya yang terkenal lebih bebas dan fitur yang mudah dipahami. Dalam melakukan aktivitasnya, para penggemar dipengaruhi oleh motif awal mereka melakukan aktivitas penggemar yang nantinya akan mempengaruhi kepuasan yang mereka inginkan. Maka dari itu, urgensi dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana para penggemar menginterpretasikan aktivitas *bromance* yang dilakukan oleh idola K-Pop dan apakah aktivitas penggemar ini sesuai dengan *Uses and Gratifications Theory*.

Masalah yang ada pada penelitian ini adalah bagaimana para penggemar melakukan aktivitas *bromance* dengan bebas melalui akun anonim di Twitter. Fokus penelitian ada pada aktivitas *bromance* ATINY melalui akun anonim di Twitter. Fenomena ini menarik dan pantas untuk diteliti karena banyaknya penggemar K-Pop di Indonesia yang menggunakan platform online untuk melakukan aktivitas penggemar khususnya aktivitas *bromance*, akan tetapi penelitian terkait *bromance* ini masih terbatas. Dalam mengumpulkan data, penelitian dilakukan wawancara (*in-depth interview*) kepada pengikut dari base *menfess* @basejingga yang memiliki akun anonim pribadi guna menggali informasi lebih dalam.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menganalisis aktivitas *bromance* yang dilakukan oleh *fandom* K-Pop online ATEEZ di akun anonim Twitter. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang memiliki tujuan untuk memahami suatu

fenomena yang dialami subyek penelitian yang berkaitan dengan motivasi, perilaku, persepsi, dan tindakan yang dideskripsikan dengan kata atau bahasa (Moloeng, 2011: 6). Metode pengumpulan data yang biasanya dipakaidalam pendekatan deskriptif kualitatif adalah wawancara, observasi partisipan, dan studi pustaka, agar dapat menjelaskan sebuah fenomena dengan lebih detail.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode netnografi. Hampir sama dengan metode etnografi, perbedaan metode ini ada di tempat pengambilan data. Netnografimengumpulkan dan mengambil data secara virtual atau online. Maka dari itu, penelitian ini menggunakan metode netnografi karena peneliti mengangkat salah satu komunitas virtual di Twitter yaitu fandom K-Pop online ATINY bergenre bromance melalui akun anonim.

Setting Penelitian

Penelitian akan dilaksanakan selama dua bulan, disesuaikan dengan tanggal disetujuinya proposal yang dilakukan secara *online*. Penelitian ini menggunakan wawancara semi terstruktur dan observasi dengan panggilan langsung, pengiriman pesan, atau panggilan video melalui Google Meets, Google Form, Twitter *direct message*, dan atau WhatsApp serta observasi langsung yang dilakukan di Twitter.

Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini adalah pengguna Twitter yang mengikuti dan diikuti akun anonim base menfess @basejingga, yang memiliki akun anonim pribadi dalam melakukan aktivitas bromance. Pemilihan informan pada penelitian ini diambil menggunakan teknik purposive sampling. Dalam teknik ini peneliti menentukan sendiri kriteria responden yang ingin dipilih sebagai sampel. Menurut Margono dalam Hadi dkk (2021), pemilihan responden dalam teknik purposive sampling berdasarkan atas ciri tertentu yang memiliki sangkut paut erat dengan ciri populasi yang telah diketahu sebelumnya.

Peneliti berhasil mendapatkan beberapa informan yang terdiri dari 8 orang. Penulis juga akan mencatat berbagai informasi mengenai informan seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, status dalam komunitas, dan pengalaman informan saat menggunakan akun anonim di

Twitter dalam melakukan aktivitas bromance nya, agar data penelitian semakin beragam.

No	Nama Samaran	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan
1.	Ken	9	P	<i>Content creator dan Song writer</i>
2.	Hala	9	P	Mahasiswa
3.	Sastra	7	P	Pelajar
4.	Riri	1	P	<i>Freelancer</i>
5.	Jace	1	P	<i>Freelance translator dan Full time entrepreneur</i>
6.	Rei	1	P	Mahasiswa
7.	Nana	4	P	Staf Admin dan <i>Freelancer</i>
8.	Yuno	7	L	Pelajar

Metode Pengumpulan Data

Daftar Informan Penelitian

Dalam mengumpulkan data penelitian, metode yang digunakan antara lain:

a. *In-depth interview* (Wawancara mendalam)

Penelitian ini tentunya membutuhkan informasi yang up to date dan relevan dari informan. Maka dari itu, peneliti menggunakan in-depth interview untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam dari para informan. Wawancara yang dilakukan melibatkan beberapa penggemar fandom K-Pop online ATEEZ yang telah sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti.

b. *Online data capture*

Berguna untuk mengambil gambar dari layar media elektronik guna sebagai dokumentasi wawancara. Hal ini dilakukan karena penelitian ini berlangsung secara *online*.

Keabsahan Data

Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi data. Menurut Patton (Hadi dkk, 2021), triangulasi data merupakan teknik yang mana

dalam mengumpulkan data, peneliti harus menggunakan berbagai sumber yang berbeda. Hal ini dilakukan agar data yang diperoleh semakin variatif. Teknik ini digunakan untuk membandingkan serta memeriksa kredibilitas data yang diperoleh dalam penelitian.

Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode netnografi, yang cocok untuk menganalisis budaya yang sedang berkembang melalui perantara *online*. Menurut Kozinet dalam Muskat (2018), terdapat beberapa tahap dalam menganalisis data di penelitian ini sesuai dengan metode netnografi yaitu: (1) *Planning and Entrée*, (2) *Data Collection*, (3) *Data Analysis*, (4) *Conducting Ethical Ethnography*, (5) *Representation and Evaluation*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

ATEEZ merupakan salah satu grup idola laki-laki yang berasal dari Korea Selatan, di bawah naungan agensi kecil yakni KQ Entertainment. Grup ini memula ikarinya pada 24 Oktober 2018, dengan 8 anggota yang antara lain adalah Hongjoong (ketua), Seonghwa, Yunho, Yeosang, San, Mingi, Wooyoung, dan Jongho. Grup ini terkenal dengan aktivitas *bromance* yang kerap kali dilakukan oleh para anggota di setiap kesempatan. Bahkan terdapat satu pairing yakni Woosan yang banyak dikenal oleh para *non-fans* karena afeksinya yang begitu tinggi dan tidak malu untuk memperlihatkannya secara terang-terangan. Nama *fandom* grup ini adalah ATINY, singkatan dari ATEEZ dan *DESTINY*.

Terdapat beberapa platform atau media bagi para penggemar untuk melakukan aktivitas *bromance* ini, salah satunya adalah media sosial Twitter. Tidak hanya luar negeri, beberapa ATINY Indonesia kerap melakukan aktivitas *bromance* di media sosial Twitter. Bahkan, terdapat beberapa akun anonim yang mewadahi aktivitas *bromance* para penggemar ini, salah satunya adalah *base menfess @basejingga*. Beberapa hal yang kerap dilakukan oleh para ATINY Indonesia di *base menfess @basejingga* ini, di antaranya adalah mempromosikan dan meminta rekomendasi AU (*Alternate Universe*), membagikan momen *ship*, berbagi informasi, mencari teman, dan lain sebagainya. Sementara itu, yang kerap dilakukan oleh

ATINY Indonesia adalah mempromosikan ikan dan meminta rekomendasi AU.

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang diinginkan, peneliti mengajak 8 partisipan yang merupakan ATINY Indonesia yang mengikuti dan diikuti akun *@basejingga* sebagai informan penelitian. Tidak hanya itu, peneliti dalam penelitian ini menggunakan metode netnografi, yang mana merupakan metode etnografi virtual, sehingga peneliti harus ikut terlibat secara langsung. Berdasarkan fokus penelitian yang telah ditulis sebelumnya, penelitian ini berfokus pada eksplorasi aktivitas *bromance* yang dilakukan oleh para penggemar K-Pop online ATINY Indonesia melalui akun anonim di media sosial Twitter yang diambil dari *base menfess @basejingga*, karena akun ini merupakan wadah bagi para ATINY Indonesia untuk melakukan aktivitas *bromance*. Objek penelitian yang diambil oleh peneliti adalah aktivitas *bromance* yang dilakukan oleh penggemar K-Pop online khususnya ATINY Indonesia di media sosial Twitter. Objek penelitian yang diambil dirasa menarik oleh peneliti, karena apabila dilihat dari ranah komunikasi, nantinya akan mendeskripsikan hasil penelitian tentang bagaimana menganalisis aktivitas *bromance* yang dilakukan oleh para penggemar K-Pop online khususnya ATINY Indonesia melalui akun anonim di Twitter.

Untuk mendapatkan informan yang sesuai dengan topik dan fokus penelitian, peneliti meminta bantuan teman satu komunitas *fandom* ATINY melalui beberapa media sosial seperti WhatsApp dan Twitter. Agar mendapatkan partisipan yang sesuai, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana membuat ketentuan yang spesifik sebelum meminta bantuan kepadateman satu komunitas *fandom* ATINY Indonesia. Peneliti sempat mengalami kendala dalam mendapatkan partisipan, dimana tidak banyak penggemar yang mau terbuka tentang aktivitas *bromance* ini. Walaupun begitu, peneliti telah mendapatkan 8 informan yang sesuai dengan ketentuan di awal dan bersedia untuk diwawancarai dengan identitas yang disamarkan.

1. Profil Informan Penelitian

a. Ken

Informan pertama yakni Ken, seorang perempuan berumur 29 tahun yang tinggal di Jawa Timur. Ken memiliki profesi sebagai penulis lagu (*song writer*) dan telah 4 tahun menggunakan Twitter

sebagai media bersosialisasi secara virtual. Lama pemakaian Twitter dalam sehari adalah 6 jam dan waktu yang kerap digunakan adalah malam hari. Ia beralasan bahwa penggunaan Twitter itu mudah dan ia kerap melakukan aktivitas penggemar berupa membuat *Alternate Universe* (AU) di platform ini.

Ken menuturkan bahwa kali pertama ia melakukan aktivitas penggemar terhadap fenomena *bromance* saat menjadi ATINY di Twitter adalah pada September 2021, yang mana sudah 9 bulan sejak saat itu. Ia juga mengetahui *base menfess @basejingga*, *base* khusus aktivitas *bromance* bagi penggemar ATINY, dari timeline akun miliknya.

b. Hala

Informan kedua memiliki inisial Hala. Ia merupakan seorang perempuan berumur 19 tahun yang berdomisili di Bandung. Hala merupakan seorang mahasiswa yang telah terjun ke dunia K-Pop sejak kelas 6 SD, yang dikenalkan oleh temannya. Awal mula ia menyukai fenomena *bromance* di dalam K-Pop saat SMP, ketika ada temannya yang merekomendasikan sebuah *fanfiction* di aplikasi Wattpad. Sementara itu, pertama kali ia melakukan aktivitas penggemar terhadap fenomena *bromance* ATEEZ adalah sekitar 2 sampai 3 tahun yang lalu. Untuk pairing yang ia sukai adalah kapal utama, yakni Joonghwa, Minyun, Sanwoo, dan Jongsang.

Hala memberitahukan bahwa ia telah menggunakan media sosial Twitter adalah selama 4 tahun 2 bulan, terhitung dari bulan dilaksanakan wawancara, dengan lama pemakaian 4 sampai 5 jam. Alasannya memakai aplikasi ini adalah untuk mengurangi rasa bosan dan juga untuk melakukan beberapa aktivitas penggemar seperti membaca AU serta berinteraksi dengan mutual, pengikut akun. Sementara itu, penggunaan Twitter dalam melakukan aktivitas penggemar berupa fenomena *bromance* ATEEZ telah ia lakukan dari 2 sampai 3 tahun yang lalu. Dalam melakukan aktivitasnya, ia memanfaatkan *base menfess @basejingga*, yang ia ketahui sejak 1 sampai 2 tahun yang lalu, dari mutual yang menyukai salah satu *menfess*

@basejingga.

c. Sastra

Informan berikutnya merupakan perempuan berumur 16 tahun, yang memiliki inisial Sastra. Ia berdomisili di Jakarta dan merupakan seorang pelajar. Sastra sedikit lupa kapan ia menjadi seorang Kpopers, ia menyebutkan antara tahun 2012 atau 2015. Ia menuturkan, awal mula menyukai fenomena *bromance* di dalam K-Pop adalah saat ia menjadi penggemar EXO dan BTS. Sementara saat menjadi ATINY adalah pada awal tahun 2021, dengan *pairing* favorit yang tergantung suasana hatinya.

Sastra menuturkan bahwa ia telah menggunakan Twitter selama 2 tahun, dengan lama pemakaian 2 sampai 3 jam dalam sehari. Alasan ia menggunakan aplikasi ini karena Twitter sangat mudah untuk digunakan dan mudah untuk mencari referensi konten yang sesuai dengan keinginannya. Sementara itu, penggunaan Twitter untuk melakukan aktivitas penggemar terhadap fenomena *bromance* saat ia menjadi ATINY adalah pada awal tahun 2021. Ia juga menambahkan bahwa ia mengetahui *base menfess @basejingga* dari mutual yang merekomendasikannya 1 tahun yang lalu.

d. Riri

Informan yang keempat berinisial Riri, yang merupakan seorang perempuan berusia 21 tahun. Ia berdomisili di Surabaya dan berprofesi sebagai *freelancer*. Riri menuturkan bahwa ia telah menjadi Kpopers sejak SD dan mulai mendalaminya sejak SMP. Menurut penuturan Riri, ia mulai menyukai fenomena *bromance* di dalam K-Pop sejak 2019. Sementara saat menjadi ATINY, ia mulai terjun sejak 2021 dengan *pairing* favoritnya Joonghwa.

Riri menjelaskan bahwa ia telah menggunakan Twitter selama 3 tahun lamanya, dengan durasi 3 jam dalam satu hari. Alasannya menggunakan Twitter karena sebagian besar informasi K-Pop dapat dengan mudah didapatkan. Penggunaan Twitter dalam melakukan aktivitas penggemar terhadap fenomena *bromance* saat ia menjadi ATINY adalah pada 2021. Ia mengetahui *base menfess*

@basejingga dari temannya, satu tahun yang lalu.

e. Jace

Informan berikutnya merupakan seorang perempuan berusia 31 tahun, berinisial Jace. Ia berprofesi sebagai *freelance translator* dan *full time entrepreneur* yang berdomisili di Tangerang Selatan. Jace telah terjun ke dunia K-Pop sejak tahun 2007 hingga saat ini dan telah menikmati K-Pop dari generasi pertama hingga keempat. Selain terjun ke dunia K-Pop, pada tahun yang sama Jace juga mulai menyukai fenomena *bromance* di dalam K-Pop. Akan tetapi, ia mulai menyukai fenomena *bromance* ATEEZ pada awal 2021. *Pairing* favoritnya adalah Joonghwa, Sanwoo, Minyun, dan Sansang.

Jace mengungkapkan telah menggunakan Twitter selama 2 tahun. Tidak ada pembatasan waktu dalam menggunakannya, ia akan menggunakan Twitter tergantung dengan suasana hatinya dan waktu luangnya. Alasan Jace menggunakan nTwitter karena aplikasi ini merupakan media *microblogging* yang sedang ramai dan digandrungi oleh anak muda apabila membaca cerita fiksi, terlebih cerita fiksi *boyslove*. Sementara itu, Jace mengaku telah melakukan aktivitas penggemar berupa fenomena *bromance* ATEEZ di Twitter sejak awal ia menyukai boy grup ini, yakni 2021. Jace mengetahui *base menfess @basejingga* sekitar satu tahun yang lalu, saat ia sedang berselancar di pencarian Twitter tentang akun *base* khusus *bromance* ATEEZ.

f. Rei

Informan selanjutnya berinisial Rei, yang berdomisili di Bandung. Ia merupakan seorang perempuan berumur 21 tahun yang memiliki status sebagai mahasiswa. Rei telah menjadi Kpopers pada awal tahun 2010 dan telah mengikuti K-Pop dari generasi pertama hingga generasi keempat. Rei telah menyukai fenomena *bromance* di dalam K-Pop sejak generasi ketiga, yakni sekitar tahun 2013. Sementara saat menjadi ATINY, ia mulai menyukai fenomena *bromance* ATEEZ sejak awal tahun 2021 dengan

pairing favoritnya Sanwoosan, Joonghwa, dan Minyungi.

Rei cenderung telah menghabiskan waktu lebih lama bermain Twitter daripada informan lainnya, yakni selama 5 tahun. Dengan durasi waktu 3 jam sehari. Alasan ia menggunakan Twitter karena hobi dan menjadi wadah pembuatan konten. Sementara itu, Rei telah melakukan aktivitas penggemar berupa fenomena *bromance* ATEEZ di Twitter sejak awal 2021. Ia mengetahui *base menfess @basejingga* dari awal ia menjadi ATINY, saat Twitter merekomendasikan *base* itu di *timeline* nya.

g. Nana

Informan berikutnya merupakan perempuan berumur 24 tahun yang memiliki inisial Nana. Ia berdomisili di Bekasi dan berprofesi sebagai staf admin dan *freelancer*. Nana telah menjadi Kpopers sejak Desember 2013. Nana telah menyukai fenomena *bromance* di dalam K-Pop sejak pertengahan 2015, walaupun ia belum mendalami sepenuhnya fenomena tersebut. Sedangkan untuk ATEEZ, Nana telah melakukan aktivitas penggemar yang berkaitan dengan fenomena *bromance* ATEEZ sejak awal 2020. *Pairing* favoritnya adalah Yeojjong dan Woosan, karena dua *pair* ini sangat cocok untuk dijadikan karakter genre cerita tertentu.

Nana menuturkan bahwa ia telah menggunakan Twitter selama 2 tahun lamanya, dengan durasi pemakaian 2 sampai 3 jam dalam satu hari. Alasan ia menggunakan aplikasi ini karena Twitter merupakan media sosial yang efisien dan informasinya lebih luas. Sementara itu, ia telah melakukan aktivitas penggemar yang berkaitan dengan fenomena *bromance* ATEEZ di Twitter sejak awal 2020. Ia mengetahui *base menfess @basejingga* sejak *base* itu dibuat.

h. Yuno

Informan terakhir yakni Yuno, seorang laki-laki berumur 17 tahun yang tinggal di Sukabumi. Yuno merupakan seorang pelajar dan telah menggunakan Twitter sebagai media bersosialisasi secara virtual sejak tahun 2020. Lama pemakaian Twitter dalam sehari adalah 5

jam dan waktu yang kerap digunakan adalah ketika luang. Ia beralasan bahwa penggunaan Twitter itu mudah dan bebas, serta kerap melakukan aktivitas penggemar berupa menikmati konten *bromance* ATEEZ di platform ini.

Yuno menuturkan bahwa pertama kali ia melakukan aktivitas penggemar terhadap fenomena *bromance* saat menjadi ATINY di Twitter ketika melihat kedekatan antara member San dan Wooyoung. Yuno menuturkan bahwa kedekatan mereka terlihat mencurigakan dan cenderung terlihat seperti orang berpacaran, akan tetapi afeksi yang ditunjukkan terlihat lucu dan tidak terkesan dibuat-buat. Ia mengetahui *base menfess @basejingga* dari *timeline* akun miliknya.

2. Analisis Partisipasi Penggemar dalam Melakukan Aktivitas *Bromance* di Akun Anonim Twitter

Terdapat berbagai macam jenis aktivitas penggemar di dalam fenomena *bromance*. Menurut Alejandro (2021), untuk menunjukkan aktivitas *bromance* idolanya para penggemarmendedikasikan diri untuk membuat beberapa produk digital seperti *fan edits* (foto, video, dan lain sebagainya), *fan arts*, dan *fanfiction*. Menurut hasil penelitian pada 8 informan yang telah dilakukan oleh penulis, 6 informan (Ken, Riri, Rei, Jace, Sastra, Nana) kerap membuat AU (*Alternate Universe*), sejenis *fanfiction* yang latar belakangnya diubah oleh penggemar. Hal ini selaras dengan dugaan penulis, bahwa AU menjadi aktivitas *bromance* terpopuler yang dilakukan oleh penggemar melalui Twitter. Sementara 2 informan lainnya (Hala, Yuno) mengaku jarang memproduksi AU, melainkan menikmati konten *bromance*.

Dalam berpartisipasi sebagai penggemar dalam melakukan aktivitas *bromance* di media sosial Twitter, informan memiliki motif atau tujuannya tersendiri. Menurut Jenkins dalam Booth (2018), terdapat lima karakteristik partisipasi penggemar yang pada dasarnya mereka peduli dengan pandangan orang diluar *fandom* mengenai hal-hal yang mereka ciptakan, walaupun hanya sekedar arti bukan produk itu sendiri. Salah satu karakteristik partisipasi penggemar menurut Jenkins

adalah dukungan yang kuat untuk membuat dan membagikan karya atau produk media kepada penggemar lainnya. Hal ini kerap dilakukan oleh 7 informan (Ken, Jace, Riri, Sastra, Hala, Rei, Nana), yang mana mereka mengaku pernah membagikan konten yang mereka produksi dan mengirim *menfess* di akun *base menfess @basejingga*, walaupun tidak sering.

Salah satu bentuk partisipasi lain dari para penggemar adalah memberikan respon terhadap konten tertentu, yang mana dalam penelitian ini adalah memberikan respon terhadap *menfess* yang dikirim di *base menfess @basejingga*. Informan Ken mengatakannya memberikan respon berupa *like* ke beberapa *menfess* yang dikirimkan di *base menfess @basejingga*. Tiga informan (Riri, Hala, Rei) memberikan *like*, *retweet* atau *quote retweet* dan komentar. Dua informan lainnya (Jace, Nana), mengaku memberikan respon yang berhubungan dengan konten yang diunggah melalui *base menfess @basejingga*. Informan bernama Sastra mengaku bahwa ia mengajak bermutualan akun yang mengirim *menfess* di *base menfess @basejingga*, apabila konten yang dibagikan sesuai dengan preferensinya. Sedangkan untuk informan Yuno, ia mengaku bahwa ia jarang mengirimkan *menfess* dan memberikan respon lain ke *base menfess @basejingga*. Ia mengatakan bahwa ia tidak suka mengumbar aktivitas yang ia lakukan karena takut dilabeli buruk karena dia adalah seorang laki-laki.

3. Motif dan Kepuasan Penggemar dalam Melakukan Aktivitas *Bromance* di Akun Anonim Twitter

Terdapat tiga jenis kepuasan khalayak menurut teori ini, antara lain: (a) *Hedonic Gratifications*, (b) *Utilitarian Gratifications*, dan (c) *Social Gratifications*. Asumsi peneliti dalam penelitian ini, para penggemar melakukan aktivitas *bromance* di media sosial Twitter untuk memenuhi dua kepuasan, yakni *hedonic gratifications* atau kepuasan yang berkaitan dengan hiburan dan *social gratifications* atau kepuasan yang berkaitan dengan interaksi sosial dengan individu lainnya.

Dari kedelapan informan, 7 di antaranya (Jace, Riri, Sastra, Hala, Rei,

Nana, Yuno) mengatakan bahwa tujuan mereka melakukan aktivitas *bromance* di media sosial Twitter adalah untuk mencari hiburan, melarikan diri dari kehidupan nyata, dan ingin menuangkan imajinasi, yang mana sesuai dengan motif *hedonic gratifications*. Sementara satu informan, Ken, tidak begitu menunjukkan motif *hedonic gratifications* dan hanya menjawab dengan pasif. Walaupun begitu, berdasarkan pengamatan peneliti terhadap Ken di akun Twitternya @nayjuseyoo, Ken aktif menggunakan media sosial Twitter untuk melakukan aktivitas *bromance* yang mana sesuai dengan motif *hedonic gratifications* yakni tempat untuk menuangkan fantasi.

Untuk motif *social gratifications*, 5 dari 8 informan memenuhi kepuasan ini, di antaranya adalah Jace, Riri, Hala, Rei, dan Nana. Sementara itu, salah satu informan dengan nama Sastra, tidak memenuhi motif *social gratifications* karena mengaku tidak berteman di media sosial dan berinteraksi hanya untuk formalitas. Hampir sama dengan informan Yuno, ia mengatakan bahwa tujuannya melakukan aktivitas *bromance* di Twitter bukanlah untuk mencari teman, akan tetapi ia memiliki beberapa teman di kehidupan nyata yang juga menyukai aktivitas *bromance*. Sedangkan untuk informan Ken, ia tidak menjawab pertanyaan yang diberikan oleh peneliti. Akan tetapi, berdasarkan pengamatan peneliti di akun media sosial Twitternya, Ken memenuhi motif *social gratifications*, yang mana ia memberikan semangat dan berinteraksi dengan *author* lainnya.

4. Pengalaman dan Latar Belakang Informan Mempengaruhi Aktivitas Bromance di Akun Anonim Twitter

Motif dapat dipengaruhi oleh pengalaman, kebudayaan, lingkungan, dan latar belakang khalayak. Dalam melakukan aktivitas *bromance* di akun anonim Twitter, peneliti yakin dalam menentukan motif melakukan aktivitas *bromance* dipengaruhi dengan pengalaman yang pernah dialami oleh informan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan informan, 3 dari 8 informan mengaku bahwa pernah mengalami hal yang berkaitan dengan *bromance*. Informan Jace, Sastra, dan Hala mengaku bahwa memiliki beberapa teman

laki-laki yang kerap menunjukkan afeksinya dengan laki-laki lain, tapi tidak dalam hubungan yang sensual.

Sementara 3 informan lainnya mengaku tidak memiliki pengalaman yang berkaitan dengan *bromance* dan informan Ken tidak menjawab. Hal ini lantas membuat dugaan peneliti mengenai motif informan dalam melakukan aktivitas *bromance* yang dipengaruhi dengan pengalaman, tidak sepenuhnya benar. Sedangkan untuk informan Yuno, ia mengaku kerap menonton drama dan juga film yang berisi *boyslove*, ia juga dianggap aneh karena menyukai aktivitas *bromance* padahal dia laki-laki. Tidak jarang ia dilabeli penyuka sesama jenis dan pernah dipasangkan dengan laki-laki lainnya.

Selain pengalaman informan terhadap aktivitas *bromance* di sekitarnya, peneliti meyakini bahwa ada pengalaman khusus yang berhubungan dengan laki-laki membuat para informan menyukai aktivitas *bromance*. Asumsi ini peneliti dapatkan dari pengalaman pribadi, dimana peneliti memiliki pengalaman kurang menyenangkan yang berkaitan dengan laki-laki. Akan tetapi, hanya 2 dari 7 informan yang mengaku memiliki pengalaman kurang menyenangkan dengan laki-laki, kedua informan ini adalah Riri dan Hala yang pernah mendapatkan pelecehan verbal berupa *catcall* oleh laki-laki.

Peneliti memberikan beberapa pertanyaan tambahan kepada informan Yuno, yang pertama terkait pengalamannya dalam melakukan aktivitas *bromance* dengan teman laki-laki di kehidupan nyatanya. Informan Yuno mengaku bahwa ia jarang menunjukkan afeksi yang begitu dekat dengan teman laki-lakinya di kehidupan nyata, tidak seperti afeksi yang ditunjukkan oleh anggota ATEEZ. Hanya saja, ia pernah didekati oleh laki-laki lainnya saat ia melakukan aktivitas *cover dance*.

Pertanyaan tambahan kedua adalah mengenai opini yang beredar terkait aktivitas *bromance*, karena ia satu-satunya informan laki-laki pada penelitian ini. Opinionsnya berupa banyak dari penggemar aktivitas *bromance* adalah perempuan karena *bromance* merupakan hubungan persahabatan antara dua atau lebih laki-laki, sementara stereotip persahabatan laki-laki di

Indonesia tidak sama seperti di Korea Selatan. Ia menambahkan alasan kenapa lebih banyak penggemar perempuan yang menyukai aktivitas *bromance* ketimbang laki-laki, yakni rasa iri terhadap karakter utama perempuan dalam film atau drama. Dengan aktivitas *bromance*, para penggemar perempuan tidak merasa iri karena aktivitas ini menyuguhkan hubungan dekat antara laki-laki dengan laki-laki. Informan Yuno mengatakan bahwa ia menyukai aktivitas *bromance* karena suka dengan hubungan persahabatan yang erat antara laki-laki dengan laki-laki di jaman yang menganggap bahwa hubungan dekat ini disalah artikan sebagai hubungan sesama jenis.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang dilakukan, sesuai dengan tujuan penelitian yaitu menganalisis aktivitas *bromance* yang dilakukan oleh para penggemar melalui akun anonim Twitter, dapat disimpulkan bahwa para informan dengan aktif berpartisipasi seperti menikmati, membagikan, dan memproduksi konten budaya. Hal ini sejalan dengan pendapat Jenkins mengenai partisipasi penggemar. Produk budaya yang paling digemari oleh para informan adalah *Alternate Universe* (AU), yang mana menurut moms.money.id, AU memiliki definisi yang berbeda dengan *fanfictions*, yang mana latar belakang AU tidak selamanya sama dengan latar belakang sang idola. Beberapa informan yang kerap memproduksi konten ini disebut dengan author, kerap mengganti latar belakang kehidupan sang idola sesuai dengan imajinasinya individu.

Partisipasi penggemar yang dilakukan oleh ATINY Indonesia berupa aktivitas *bromance* di akun anonim Twitter dipengaruhi oleh pengalaman dan latar belakang para informan. Alasan utama para informan melakukan aktivitas *bromance* di akun anonim Twitter adalah karena interaksi atau chemistry yang secara terang-terangan ditunjukkan oleh anggota ATEEZ. Juga banyaknya penggemar perempuan di Indonesia yang lebih menyukai aktivitas *bromance* ini disebabkan karena hubungan persahabatan antara laki-laki dengan laki-laki di Indonesia tidak sedekat yang di Korea Selatan. Hal baru inilah yang membuat

para penggemar perempuan merasa penasaran dan akhirnya menyukai aktivitas *bromance*.

Peneliti berasumsi mengenai kepuasan ATINY Indonesia dalam melakukan aktivitas *bromance* di akun anonim Twitter terbukti, dimana para penggemar melakukan aktivitas *bromance* untuk memenuhi dua kepuasan yakni *hedonic gratifications* dan *social gratifications*. Motif para penggemar mempengaruhi kepuasan yang didapatkan, maka dari itu motif berkaitan erat dengan kepuasan penggemar. Dimana motif utama dari para informan dalam melakukan aktivitas *bromance* adalah untuk mengisi waktu luang serta mencari hiburan, dengan menikmati dan memproduksi konten. Motif ini menunjukkan bahwa kepuasan yang didapatkan oleh para informan adalah *hedonic gratifications*. Selain itu, motif lain dari para informan dalam melakukan aktivitas *bromance* adalah untuk berhubungan dengan penggemar lainnya dalam melakukan aktivitas *bromance*. Motif ini menunjukkan bahwa kepuasan yang didapatkan oleh para informan adalah *social gratifications*.

Saran

1. Bagi penggemar boy grup ATEEZ (ATINY) khususnya yang kerap melakukan aktivitas *bromance* di akun anonim Twitter untuk tetap menjaga batasannya hanya di lingkup penggemar saja. Jangan sampai sang idola merasa tidak nyaman dengan imajinasi para penggemar, sehingga mereka tidak dapat melakukan pekerjaannya dengan nyaman. Selain itu, peneliti berharap agar para penggemar saling menghargai preferensi ship penggemar lainnya dan tidak saling menjatuhkan sehingga menggangu penggemar lainnya dalam menuangkan imajinasinya. Sebaiknya, para penggemar saling menghargai dan mendukung preferensi ship penggemar lainnya.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya yang ingin meneliti mengenai analisis aktivitas *bromance* di media sosial, dapat mengembangkan penelitian dengan objek, media, dan teori yang berbeda. Mengingat bahwa fandom K-Pop online akan terus bertambah dan fenomena penggemar di ranah aktivitas *bromance* akan terus terbaru.

DAFTAR PUSTAKA

Abd-Rahim, A. (2019). Online Fandom: Social Identity and Social Hierarchy of Hallyu

- Fans. *Journal for Undergraduate Ethnography*, 9(1), 65-81.
- Akalili, A. (2018). Manajemen Komunikas i Fandom "BOYS LOVE" EXO (Studi kasus manajemen komunikasi fandom" boys love" EXO's OTP offline dan online). (Doctoral dissertatio n, Universitas Gadjah Mada).
- Alejandro, L. (2021). Diving into the Waves of Fan Fiction: K-Pop Girl Group Fandom and Queer Empowerment through User-generated Literature. Available at SSRN 3782276.
- Andina, Y. Perkembangan Auto Menfess di Indonesia. Diakses pada tanggal 15 Januari 2022 dari <https://kreativv.com/perkembangan-auto-menfess/>
- Aziza, A. N. (2020). Akun Menfess: Pisau Bermata Dua Kebebasan Berekspresi di Medsos. Diakses pada tanggal 15 Januari 2022 dari <https://www.vice.com/id/article/3anavb/sejarah-akun-twitter-menfess-auto-base-di-indonesia-dan-cyberbullying>
- Bok-rae, K. (2015). Past, Present and Future of Hallyu (Korean Wave). *American International Journal of Contemporary Research*, 5(5), 154-160.
- Booth, P. (Ed.). (2018). A companion to media fandom and fan studies. JohnWiley & Sons.
- Coppa, F. (2014). Fuck yeah, fandom is beautiful. *The Journal of FandomStudies*, 2(1), 73-82.
- Dal Yong Jin. (2021). Transnational Convergence of East Asian Pop Culture. S. K. Hong (Ed.). Routledge.
- Ezani, N. B. (2019). Identity Construction of KPOP Fandom on Twitter.fanlore.org. Pairing Name. Diakses pada tanggal 15 Januari 2022 dari https://fanlore.org/wiki/Pairing_Name
- Ghassani, A. P. (2018). Korelasi Motif Penggunaan Facebook Dengan Kepuasan Mengakses Konten Boys Love Dikalangan Fujoshi. Jakarta: Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah).
- Hadi, A., Asrori, A., & Rusman, R. (2021). Penelitian kualitatif: studifenomenologi, case study, grounded theory, etnografi, biografi.
- Hamad, H. (2020). "Bromance". The International Encyclopedia of Gender, Media, and Communication.
- Hammarén, N., & Johansson, T. (2014). Homosociality: In between power and intimacy. *Sage Open*, 4(1), 2158244013518057.
- Jannah, U. R. (2021). Aktivitas Fandom Shipping Melalui Autbase Dalam Media Sosial Twitter (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA).
- Jenkins, H. (2012). *Textual poachers: Television fans and participatory culture*. New York: Routledge.
- Kemp, S. (2021). Twitter Stats and Trends. Diakses pada tanggal 22 Desember 2021 dari <https://datareportal.com/essential-twitter-stats>
- Kim, M. J., Lee, C. K., & Contractor, N. S. (2019). Seniors' usage of mobile social network sites: Applying theories of innovation diffusion and uses and gratifications. *Computers in Human Behavior*, 90, 60-73.
- Klink, F. (2016) To Ship or Not To Ship. Diakses pada tanggal 22 Desember 2021 dari <https://www.fansplaining.com/articles/to-ship-or-not-to-ship>
- Kozinets, R. V., & Gambetti, R. (Eds.). (2021). *Netnography unlimited : Understanding technoculture using qualitative social media research*. New York and London: Routledge.\
- Kumparan.com. (2022). Apa Itu Catcallingdan Mengapa Termasuk Pelecehan Seksual? Diakses pada tanggal 1 Desember 2022 dari https://kumparan.com/berita_viral/apa-itu-catcalling-dan-mengapa-termasuk-pelecehan-seksual-1yP71fLxqS5/1
- Moreau, B. (2020). ATEEZ'SHongjoong Gives Heartwarming Response toLGBT Fans. Diakses pada tanggal 23Desember 2021 dari <https://www.koreaboo.com/stories/atee-z-hongjoong-lgbt-gay-fans/>
- Murthy, D. (2018). *Twitter*. Cambridge:Polity Press.
- Penthatesia, C. (2022). Arti Istilah AU yang Kerap Muncul di Twitter? Simak Penjelasanannya Berikut Ini. Diaksespada tanggal 12 Agustus 2022 melalui

- <https://www.momsmoney.id/news/arti-istilah-au-yang-kerap-muncul-di-twitter-simak-penjelasan-berikut-ini>
- Purwani, Y. N. (2019). Perilaku Bermedia Sosial dalam Fandom K-Pop (Studi Perilaku Fanatisme pada Fandom Boygrup MONSTA X (MONBEBE) Indonesia). Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Rakhmat, J., & Aktual, I. (2018). Psikologi Komunikasi (edisi revisi), Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ramadhan, R. (2020). Bahasan Seputar Akun Base dan Menfess di Twitter. Diakses pada tanggal 23 Desember 2021 melalui <https://www.bukugue.com/akun-base-atau-menfess-di-twitter/>
- The Editors of Encyclopaedia Britannica. (2021). Twitter. Diakses pada tanggal 22 Desember 2021 dari <https://www.britannica.com/topic/Twitter>
- The Editors of Encyclopaedia Britannica. (2021). Twitter. Diakses pada tanggal 25 November 2021 pukul 20.09 PM dari <https://www.britannica.com/topic/Twitter>
- Wijaya, H. (2018). Analisis data kualitatif model Spradley (etnografi).
- Williams, R. (2011). 'Wandering off into soap land': Fandom, genre and 'shipping' *The West Wing. Participations*, 8(1), 270-295.