

**TWITTER DAN FANATISME PENGGEMAR**

**(Studi tentang Konsumsi Media dan Fanatisme Kelompok Penggemar iKON  
di Media Sosial Twitter)**

**SKRIPSI**



Oleh :

**ARDIA FILAYATI AYU MARINDA**

**NIM : 16240449**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2020**



Twitter dan Fanatisme Penggemar

(Studi tentang Konsumsi Media dan Fanatisme Kelompok Penggemar iKON di  
Media Sosial Twitter)

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapai Tugas-Tugas Akhir dan  
Memenuhi Syarat-syarat Untuk Mencapai  
Gelar Sarjana Dalam Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik di Jurusan  
Ilmu Komunikasi

Oleh :

ARDIA FILAYATI AYU MARINDA

NIM : 16240449

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2020

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Ardia Filayati Ayu Marinda/16240449 ini

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.





## HALAMAN MOTTO

“Janganlah pernah menyerah ketika Anda masih mampu berusaha lagi. Tidak ada kata berakhir sampai Anda berhenti mencoba” – Brian Dyson

“Seorang pemenang adalah seseorang yang bangkit lagi ketika dia dijatuhkan” –  
Kim Hanbin



“If you give up, the battle end there” – Koo Junhoe

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

**Teriring rasa syukur yang mendalam kepada Allah SWT, serta  
Nabi Muhammad SAW dan para sahabatnya.**

**Kupersembahkan skripsi ini untuk :**

**Kedua Orang Tua yang telah berusaha untuk kebaikan anaknya.  
Adikku dan para saudaraku.**



## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Twitter dan Fanatisme Penggemar (Studi tentang Konsumsi Media dan Fanatisme Kelompok Penggemar iKON di Media Sosial Twitter)”.

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis, sehingga dalam pembuatan skripsi ini tidak sedikit bantuan, petunjuk, saran-saran maupun arahan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Drs. Jusuf Harsono, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Bapak Ayub Dwi Anggoro, P.hD, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Ibu Krisna Megantari, M.A, selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan maupun bantuan yang tidak bisa penulis ungkapkan



4. Segenap Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat untuk peneliti sejak awal perkuliahan hingga selesai
5. Kedua orang tua yang selalu mendukung dan mendoakan penulis untuk terus maju dan berjuang
6. Rekan seperjuangan Angkatan 2016 Ilmu Komunikasi
7. Teman-teman yang telah bersedia meluangkan waktunya dan membantu dalam pembuatan penelitian ini untuk kelengkapan data skripsi, Wanda, Mauritania, Ainun, Arrieyani, Rufi, Okta, Anas, Andini, Cesi, dan Mega
8. Teruntuk Kim Hanbin, Kim Jinhwan, Kim Jiwon, Song Yunhyeong, Koo Junhoe, Kim Donghyuk, dan Jung Chanwoo karena lagu mereka bisa memberikan semangat dan menemani penulis ketika mengerjakan skripsi
9. Teman-teman iKONIC di Twitter yang selalu memberikan semangat terus-menerus tanpa bosan

Penulis hanya dapat mendoakan mereka yang telah membantu dalam segala hal yang berkaitan dengan pembuatan skripsi ini semoga diberikan balasan dan rahmat dari Allah SWT. Selain itu saran, kritik, dan perbaikan senantiasa sangat diharapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Ponorogo, 3 Agustus 2020

Penulis

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ardia Filayati Ayu Marinda

Alamat : Jl. Poncowolo 7C Kepatihan Kota Ponorogo

NIM : 16240449

dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul :

**Twitter dan Fanatisme Penggemar (Studi tentang Konsumsi Media dan Fanatisme Kelompok Penggemar iKON di Media Sosial Twitter)** adalah observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan. Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Ponorogo, 3 Agustus 2020

Yang Menyatakan



(Ardia Filayati Ayu Marinda)

## DAFTAR ISI

HALAMAN LOGO .....	ii
HALAMAN JUDUL .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
PERNYATAAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....	x
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiv
ABSTRAK .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	7
A. Kajian Teori .....	7
1. Komunikasi Massa .....	7
2. New Media .....	8
3. Media Sosial .....	10
4. Twitter .....	12
5. Psikologi Komunikasi .....	14
6. Fanatisme dalam Penggemar .....	15
7. Teori Determinisme Teknologi .....	17
B. Kerangka Pemikiran .....	19

BAB III METODE PENELITIAN.....	22
A. Jenis Penelitian.....	22
B. Subyek dan Obyek Penelitian.....	23
C. Data dan Sumber Data .....	23
D. Teknik Sampling.....	23
E. Teknik Pengumpulan Data.....	24
F. Teknis Analisis Data.....	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	29
A. Deskripsi Umum tentang Obyek Penelitian.....	29
B. Deskripsi Hasil Penelitian.....	30
1. Biodata Responden .....	30
C. Hasil Penelitian .....	35
1. Penggunaan Twitter bagi Penggemar iKON .....	35
2. Perilaku Konsumsi Media Penggemar iKON di Twitter.....	38
3. Bentuk Sikap Fanatisme Penggemar iKON di Twitter.....	42
D. Pembahasan .....	45
BAB V PENUTUP.....	46
A. Kesimpulan .....	49
B. Saran .....	50
DAFTAR PUSTAKA .....	51
LAMPIRAN.....	53

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Twitter Wanda .....	31
Gambar 1.2 Akun Twitter Mauritania.....	31
Gambar 1.3 Akun Twitter Ainun.....	32
Gambar 1.4 Akun Twitter Arrieyani.....	32
Gambar 1.5 Akun Twitter Rufi.....	33
Gambar 1.6 Akun Twitter Okta .....	33
Gambar 1.7 Akun Twitter Anas.....	34
Gambar 1.8 Akun Twitter Andini.....	34
Gambar 1.9 Akun Twitter Cesi.....	35
Gambar 1.10 Akun Twitter Mega.....	35
Gambar 1.11 Akun Twitter Official iKON.....	40

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Kerangka Pikir.....	20
Tabel 2 Data Narasumber.....	26



## **ABSTRAK**

### **Twitter dan Fanatisme Penggemar**

**(Studi tentang Konsumsi Media dan Fanatisme Kelompok Penggemar iKON di Media Sosial Twitter)**

**Ardia Filayati Ayu Marinda**

**16240449**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumsi media para penggemar iKON di media social Twitter serta untuk mengetahui bagaimana pengaruh perilaku konsumsi media dan bentuk sikap fanatisme saat berkomunikasi dan berinteraksi dengan sesama penggemar di media social Twitter. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif. Pemilihan obyek menggunakan teknik sampling purposive karena berkaitan dengan kriteria. Kriteria yang dimaksud adalah pengguna aktif Twitter dan bergabung dalam fandom iKONIC. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara via google form, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian diketahui (1) perilaku konsumsi media para penggemar iKON memberikan dampak secara social yang dialami para penggemar ketika berkomunikasi dan berinteraksi dengan sesama penggemar yang bahkan mempunyai karakteristik yang berbeda. (2) Sikap fanatisme seorang penggemar yang ditunjukkan dengan rasa antusias ketika memperoleh informasi bisa mempengaruhi aspek kognitifnya yang memberikan pandangan mengenai bagaimana seorang penggemar dapat mengolah suatu informasi yang diterima di Twitter.

Kata kunci : Twitter, Konsumsi Media, Fanatisme penggemar iKON

## **ABSTRACT**

### **Twitter and Fan Fanaticism**

#### **(Study of Media Consumption and Fanaticism of iKON Fan Groups on Twitter Social Media)**

**Ardia Filayati Ayu Marinda**

**16240449**

The purpose of this research is to know how the media consumption behaviors of iKON fans group in Twitter social media. Besides it is also to know the influence of media consumption behaviors and fanaticism attitude when they are making communication and interaction with the same iKON fans in Twitter social media. This research uses qualitative approach by means of purposive sampling technique to select research objects because it is related to criteria. Here, criteria means Twitter active users who join iKONIC fandom. Data collecting method uses interview via google form, observation, and documentation. Data analysis technique uses data reduction, presentation and conclusion. The result of this research : (1) media consumption behavior of icon fans group influences socially to iKON fans when they communicate and interact with the same fans who even have different characteristics, (2) fanaticism attitude shown by fans who are enthusiast while they are getting information can influence their cognitive aspect and this gives a sight about how an iKON fan is able to manage received information in Twitter.

Key words : Twitter, Media Consumption, iKON Fan Fanaticism