

## **Analisis Fanatisme Online TEUME di Akun Twitter @TREASURE\_INA**

**Alya Febri Surya Djayani<sup>1</sup>, Hepy Praselia<sup>2</sup>, Naura Rainsyifa Nandra<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Yogyakarta.

\* Corresponding author, e-mail: [febrialya4@gmail.com](mailto:febrialya4@gmail.com)

### **ABSTRACT**

*Treasure as one of the Korean boy bands that has fanatical fans. Fans from various countries who have become fangirls and fanboys as female and male fans who are fans of their idols will not be separated from social interactions among fans who idolize a group. The form of interactivity of a group of boy band and girl band kpop fans nowadays does not only occur directly but many occur virtually by using social media such as twitter as a medium or tool for exchanging news, videos, photos, and even the schedule of a group's activities. Female fans (fangirls) in a (fandom), which is a term for a collection of people from various countries who support a group, one of which is Teume who idolizes Treasure, has created a fangirling culture seen from their interactivity and productivity in sending messages on Twitter. This study aims to analyze the inactivity of fans from various countries in using Twitter to produce virtual values of fangirling culture which includes expressions and interactions that occur with fellow fans using virtual ethnographic research methods. This research shows the success of South Korea in shaping a fangirling culture that includes aspects of fan interaction, art, and works on Twitter as a manifestation of the success of K-Pop music in influencing a person's fanaticism towards popular culture from Korea.*

*Keywords: New Media, Virtual Etnography, Fanaticism, Social Interaction.*

### **Pendahuluan**

Di era digitalisasi saat ini sangat mempengaruhi kemajuan teknologi dan informasi yang sudah menyeluruh segala sesuatu hampir menggunakan digital dimulai dari pembayaran, berita, pembelajaran, dan kegiatan lainnya hal ini berpengaruh juga tentunya pada interaksi sosial manusia yang biasanya dilakukan dengan tatap muka tapi pada era ini interaksi dapat dilakukan secara online. Keutamaannya memang sangat memudahkan, dapat dijangkau dimana saja hal ini bisa mengurangi mobilitas seseorang, tidak perlu biaya yang besar, tidak memerlukan tenaga lebih, dan tentu saja tidak perlu pendekatan secara langsung. Digitalisasi ini juga tidak terhindar dari dampak negatifnya yaitu kecenderungan bermain dengan gadget, berkurangnya aktifitas tubuh yang akan berdampak dengan kesehatan, terjadinya *cyberbullying* dan war, dan sering menilai sesuatu hanya melalui media sosialnya saja.

Selain untuk berinteraksi media massa sudah menjadi alat yang bisa memudahkan manusia untuk mencari dan mendapatkan informasi yang berada di negaranya maupun diluar negaranya tidak terikat waktu dan tempat. Tidak disadari hal ini berperan dalam masuknya suatu kebudayaan baru. Budaya baru menjadi budaya yang sedang populer dan banyak diikuti, hal ini lahir karena media dan masyarakat. Yang mengonsumsi budaya-budaya tersebut. Budaya dalam konteks budaya populer perlu dipahami secara dinamis, yakni sebagai serangkaian ide, reaksi dan ekspektasi yang berubah secara konstan saat orang-orang atau kelompok itu sendiri berubah.

Kajian budaya populer juga pada awalnya tidak terlepas dari peran Amerika Serikat dalam memproduksi dan menyebarkan budaya populer. Negara ini telah menanamkan akar yang sangat kuat dalam industri budaya populer; seperti melalui Music Television (MTV), McDonald, Hollywood, dan animasi mereka (Disney, Looney Tunes, dll)". Salah satu negara yang kini berkembang dan sudah berhasil menjadi salah satu pusat budaya populer adalah Korea Selatan. Negara Korea Selatan saat ini sudah menjadi pelopor di berbagai dunia melalui K-Pop (Korean Music Pop), drama, film, game. Bentuk budaya korea ini sukses mengemas nilai-nilai kebudayaan Asia dengan versi lebih modern. Suksesnya budaya Korea ini ditandai dengan adanya istilah "*Korean Wave*" atau biasa disebut dengan istilah lain seperti *Hallyu* yaitu arus atau gelombang korea yang memicu seseorang mempelajari bahasa, budaya, serta *lifestyle* tentang negara ginseng ini. Budaya Pop Korea ini dimulai pada tahun 1990-an secara global dengan munculnya *boyband* atau *girlband* dari korea ini memotivasi negara lain untuk melahirkan grup band seperti korea. Salah satu negara yang juga mengikuti "*Korean Wave*" adalah Indonesia, diikuti dengan terbentuknya *girlband* dan *boyband* seperti SMASH, Dragon Boyz, Super 9 Boyz, Hitz, 7 Icon, Cherrybel, Blink, Super Girls, dll.

Budaya populer adalah salah satu objek yang paling bisa dilihat secara menyeluruh dari segala sisi dalam sebuah konteks kajian budaya. Istilah (*culture pop*) sering mengacu pada konteks budaya yang dinikmati oleh banyak orang. Tetapi terdapat perbedaan yang sedikit kontras dengan bentuk budaya-budaya lainnya. Storey berpendapat bahwa *popular culture* memiliki arti sebagai budaya yang disukai oleh banyak orang. "*popular culture is simply culture which is widely favoured or well liked by many people*".

Semakin mudahnya akses internet dan banyaknya masyarakat yang mengikuti *Hallyu* maka budaya itu akan semakin berkembang dan menyebar ke negara-negara lainnya termasuk Indonesia, bahkan Indonesia menjadi salah satu negara tertinggi penikmat Kpop. Kpop

menjadi salah satu budaya dari Korea yang berkembang pesat dan dapat banyak perhatian masyarakat karena memanfaatkan media sosial secara maksimal dan keterlibatan fans untuk mendukung idolnya.

Musik K-Pop sendiri mempunyai banyak genre dimulai dari rock, Hip-Hop, pop, R&B, dan gabungan-gabungan musik dari beberapa genre pun juga ada. Sekarang sudah banyak sekali artis dan grup terkenal seperti Big Bang, EXO, BLACKPINK, BTS, Treasure, NCT, dll yang sukses berkarir sampai ke mancanegara dan di setiap negara mempunyai penggemar yang sangat kuat untuk masing-masing idolnya.

Kumpulan para penggemar yang dinamakan fandom sangat berperan kepada suksesnya idolnya karena fandom ini berperan sebagai khalayak yang paling terlihat dalam budaya K-Pop. Budaya K-Pop sekarang semakin tersebar luas akibat banyaknya pengguna sosial media. Cepat dan luasnya jangkauan sosial media berpengaruh terhadap seorang fans memberi atau menerima informasi terhadap grup idolnya. Dalam sebuah fandom biasanya menggunakan forum-forum yang dibuat khusus untuk melakukan interaksi dan bertukar informasi dengan penggemar lainnya

Berbagai macam aplikasi yang digunakan penggemar salah satunya adalah Twitter. Twitter ini menjadi salah satu media yang banyak digunakan oleh para penggemar K-Pop karena mudah digunakan dan mempunyai fitur *Trending Topic* yang memudahkan para fans mencari hastag berita yang sedang panas dibicarakan.

Salah satu Boy Grup yang memiliki banyak pengikut di Twitter adalah Treasure, grup yang berada dibawah naungan YG Entertainment yang masuk jajaran tiga agensi terbesar di Korea Selatan (*Big three*). Treasure debut pada tahun 2019 dimana saat itu masa terpuruknya agensi YG Entertainment karena diterpa banyak masalah dan tepat Covid sedang melanda yang menghentikan seluruh kegiatan seperti konser, *fan meeting*, dl. Bahkan debutnya mereka sudah diprediksi tidak akan berkembang dan banyak K-Netz menyebutnya *Boy group flop*, tapi Treasure mampu membuktikan selama 2 tahun mereka debut sudah menarik banyak perhatian netizen dan diawal mereka debut pada era lagu 'I Love You' mereka berhasil membuktikan kerja keras mereka selama ini. Membuktikan segala penilaian orang tidak mempengaruhi tekad kuat mereka untuk menjadi group yang sukses menyamai karir *sunbaenim* mereka dalam satu agensi seperti Big Bang, Ikon, Winners, AKMU, 2NE1, BLACKPINK. Hal ini tidak lepas dari dukungan fandom mereka yang bernama TEUME,

terbukti dari *stage presence*, *vokal*, *dance* dan *Rapp* mereka sangat ahli bahkan semua anggotanya sangat *all rounder*. Hal itulah yang membuat netizen meilirik dan mulai mempertimbangkan skill mereka, bahkan mereka juga mendapat penghargaan sebagai '*Rookie Monster*' di awal karir mereka.

Fanatisme adalah sebuah tindakan kepatuhan penuh gairah tanpa syarat, antusiasme yang berlebihan terhadap suatu hal tertentu, keras kepala, tanpa pandang bulu, atau menggunakan cara kekerasan, setelah sukses dan banyaknya penggemar suatu idol tentu saja akan menimbulkan sifat fanatisme pada seorang penggemar, tidak semua hanya beberapa yang akan merasakan hal ini, bentuk dari fanatisme salah satunya adalah tindakan konsumtif. Banyak penggemar Kpop bahkan hampir semua penggemar Kpop itu konsumtif mulai dari membeli album, *photocard*, *lightstick*, *merchandise*, bahkan banyak penggemar yang membeli barang-barang sama dengan idolnya. Hal ini adalah faktor kesukaan penggemar dan menjadi alasan kenapa seorang penggemar terlihat berlebihan menyukai artisnya. Para penggemar juga melakukan kegiatan konsumtif melalui media sosial seperti Twitter dengan memantau kegiatan idolnya bahkan banyak yang rela datang disetiap *event*, *stage*, atau konser group favoritnya. Melalui forum-forum online atau base di twitter mereka bertukar informasi, berita, dan melakukan project untuk idolnya. Lebih ringkasnya aktivitas penggemar semakin intens karena adanya tindakan atau pengalaman yang dilakukan dengan kolektif. Perilaku penggemar yang dianggap fanatis karena sangat berlebihan dan tidak masuk akal. Media sosial yang mereka gunakan sehari-hari juga menjadi faktor berubahnya perilaku dan kegiatan seorang penggemar. Dalam aktifitas fandom terdapat banyak sekali perilaku namun faktanya lebih banyak ditemukan aktivitas negatif yang ditemukan daripada positifnya. Setiap individu memang memiliki hak untuk bisa menyukai suatu hal atau mengidolakan seseorang tapi perlu diperhatikan tingkat atau batasan perilaku mengidolakan tersebut.

Dari semua fenomena yang telah ditulis, peneliti tertarik dengan fanatisme fandom Treasure yang dilakukan dalam bentuk aktivitas interaksi sosial dan penulisan pesan penggemar di media sosial Twitter.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan paradigma Etnografi yang berfokus pada pemahaman mendalam tentang budaya dan perilaku manusia melalui observasi partisipatif dan interaksi dengan partisipan penelitian.

Etnografi virtual adalah metode penelitian yang menggabungkan pengamatan dan analisis terhadap interaksi dan aktivitas di ruang virtual. Peneliti menggunakan metode ini untuk mempelajari perilaku, pola interaksi, dan ekspresi fanatisme Teume di platform Twitter. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif, penelitian kualitatif mempermudah peneliti untuk mendapatkan sebuah pemahaman mendalam tentang fenomena yang kontekstual. Menurut Moleong (2017:6) “penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain hal secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.”

Subjek pada penelitian ini adalah para fans dari boy group Treasure. Pada subjek peneliti dapat memperoleh pola interaksi fans treasure di sosial media twitter, dan pengekspresian fanatisme Teume di platfrom Twitter. Sedangkan objek pada penelitian ini adalah fanatisme,

Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan analisis isi terhadap konten yang dibagikan oleh admin akun @TREASURE\_INA dan followers akun yaitu fans Treasures dari berbagai negara dengan melihat unggahan serta tanggapan atau pola interaksi sesama fans untuk di platform sosial media Twitter. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah fanatisme dan agresivitas verbal dapat mempengaruhi kontrol diri seseorang.

### **Hasil dan Pembahasan**

Hasil penelitian merupakan data yang diperoleh dari sebuah penelitian. Data yang dikumpulkan akan dalam bentuk deskripsi karena penelitian ini bersifat kualitatif. Analisis data dilakukan menggunakan teknik etnografi virtual. Studi ini melihat bagaimana fanatisme kpopers dengan agresi verbal dapat mempengaruhi kontrol diri seseorang di Twitter. Data dikumpulkan untuk tujuan tertentu melalui analisis konten yang dibagikan oleh pengguna di akun @TREASURE\_INA. Ini dilakukan dengan menggunakan empat ide dalam beberapa pertanyaan yang mencakup kepatuhan tanpa syarat, antusiasme, intoleran, dan kekerasan.

Analisis Kepatuhan Tanpa Syarat. Ini mengacu pada perilaku seseorang yang mengikuti instruksi atau petunjuk yang diberikan. Ini berkaitan dengan idola. Jika seseorang tidak mematuhi aturan, mereka menjadi patuh. Dalam konteks fanatisme, ide ini mengacu pada perilaku pendukung yang mengikuti ucapan dan tindakan seseorang yang mereka idolakan tanpa alasan. Sangat menyukai idolanya tanpa dorongan atau paksaan terjadi begitu saja. Dalam kasus fanatisme, seseorang yang sering absen dalam kegiatan sekolah dan les privat untuk datang ke sebuah *fans sign* idolanya dan

sang idola mulai menasehatinya dan bahkan membuat janji agar pendukungnya mau selalu belajar dan lebih rajin. Karena faktor kesukaan terhadap sang idola, seseorang akan lebih cenderung patuh terhadap perkataan sang idola daripada orang tuanya.

Analisis Antusiasme gairah atau keinginan dalam suatu hal. Dalam fanatisme, antusiasme didefinisikan sebagai gairah atau keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu yang disukainya dengan cara yang berlebihan dalam suatu tujuan atau kegiatan tertentu. Fans Treasure menikmati *comeback* group treasure saat ini dengan melakukan pre-saving album Treasure, salah satu bukti antusiasme mereka untuk *comeback* saat ini di akun @TREASURE\_INA. Dapat dilihat dari banyaknya akun yang mengomentari dan menyatakan bahwa mereka telah melakukan *pre-saving* tanpa pikir panjang, bahkan ada yang berani menggunakan *spay later*. Kemudian konser treasure yang akan diselenggarakan pada bulan juni tanggal 29-30 juni 2024 disambut dengan sangat antusias oleh para penggemar hal ini juga dibuktikan pada postingan akun @TREASURE\_INA dimana para fans mengadakan project untuk konser dan dengan antusias menggunakan dresscode berkain batik untuk menghadiri acara konser treasure tahun ini, Dalam postingan terbaru mengatakan bahwa *“Don’t get too stressful or worried about not following or joining the dress-code recommendation! as long as i have you no,as long as you are”* dan menambahkan *reference outfit* yang bisa di kreasikan oleh para penggemar yang ingin mengikuti dress-code yang direncanakan oleh fandom. Hal ini membuktikan rasa antusiasme bersama tidak boleh bersifat memaksa dan postingan tersebut ditanggapi dengan baik oleh para fans treasure yang akan menonton konser tour tahun ini.

Menurut Narasumber 2: *“Antusiasme tentu aku sering mengalami, aku beli album-album mereka saat mereka comeback, merchandise dan kaos yang pernah dipakai oleh hyunsuk treasure.”*

Antusiasme pasti terjadi disetiap hal baru yang idola mereka lakukan mulai dari *comeback, style, postingan*, dan beberapa hal yang idola mereka berikan kepada fans. Dari analisis yang telah penulis lakukan antusiasme fans treasure tidak menimbulkan dampak yang negatif jika tidak dipaksakan, karena hal ini bersifat kesenangan sesaat yang tidak harus dipenuhi.

Analisis Intoleran. Intoleran didefinisikan sebagai sifat menolak dan menoleransi pandangan dan cara berpikir orang lain" (Robles, 2013, h. 9). Orang yang fanatik mungkin tidak mau menerima atau menghargai pendapat orang lain tentang hal-hal yang mereka sukai. Contoh kasus dalam konteks fanatisme adalah *fanspeak*. Banyak fandom menjelekkkan satu sama lain dan tidak menghargai fandom lainnya. Dengan merendahkan idola fandom lain dan cenderung

tidak terima komentar dari fandom lain. Analisis kasus ini berkaitan dengan akun twitter @darariwi\*\* yang berusaha membela fandomnya pada seorang stan solo @xxdob\* dan@yedami\*d, Akun ini cenderung tidak memikirkan serta mempertimbangkan penulisan isis konten dan pandangan orang lain terhadap kasus keluarnya Yedan dan Mashihō dari anggota Treasure. Hal seperti ini kerap kali terjadi antara fandom karena Treasure adalah salah satu *boyband* gen 4 yang sangat populer bahkan sesama fans sering juga terjadi kasus karena solo stand yang membela idol favoritnya secara perorangan bukan sebagai group. Dari analisis yang dilakukan peneliti menemukan kasus-kasus bully secara verbal maupun non verbal dan banyak sekali tindakan bullying yang dilakukan para fans untuk membela grup band idolnya. Beberapa fans yang tidak turut andil secara langsung untuk berkomentar atau membela idolnya secara publik melainkan membantu dengan report akun-akun yang sudah membully atau mencemooh dan berkata kasar pada grup treasure, karena menurut mereka hal seperti ini tidak akan ada habisnya karena kita tidak bisa mengubah pendapat bahkan pandangan fans fanatik yang tidak memikirkan dampak dari tindakannya.

Analisis Kekerasan. Kekerasan adalah pilihan terakhir. Ketika seseorang melukai seseorang secara fisik, itu disebut kekerasan. Kekerasan dapat terjadi antara individu atau kelompok, atau bahkan antara dua kelompok. Fans dapat melukai idolnya atau bahkan bergabung dengan fanclub. Ketika keinginan seorang penggemar tidak terpenuhi, mereka biasanya menggunakan kekerasan sebagai pilihan terakhir mereka.

Terdapat hasil ulasan analisis dan bentuk perbandingan dari 5 temuan penelitian sebelumnya dengan tema atau topik yang serupa, yakni:

*Pertama*, penelitian yang berjudul **Studi Etnografi Virtual pada Cyberfandom Boyband EXO di Media Sosial Twitter**. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif pendekatan Etnografi virtual wawancara pada sumber, penelitian ini menuliskan tentang Budaya *fangirling* pada *boyband* EXO di dunia virtual sedangkan yang ditulis peneliti adalah fanatisme virtual pada Treasure *fandom*. *Kedua*, penelitian yang berjudul **Analisis Perilaku loyalitas dan fanatisme Fans NCT**. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan wawancara pada sumber dan observasi, penelitian tentang digital fandom dan media baru pada loyalitas fans NCT sedangkan yang ditulis peneliti berisi tentang perilaku fanatisme dengan metode studi etnografi. *Ketiga*, penelitian yang berjudul **Studi Fenomenologi Fanatisme di Komunitas Runners Bandung**. Metode penelitian ini menggunakan metode

fenomenologi yang menulis tentang fanatisme para anggota komunitas runners di Bandung, ditulis peneliti berisi tentang fanatisme fandom Kpop secara virtual. *Keempat*, penelitian yang berjudul **Studi Etnografi Virtual pada kelompok penggemar Kpopers di Twitter**. Metode penelitian ini menggunakan metode menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan wawancara pada sumber, observasi partisipan, dan studi literatur, penelitian tentang penggemar Kpop yang meneliti budaya fandom dari beberapa aspek yang menggunakan media twitter sedangkan yang ditulis peneliti berisi tentang fanatisme sebuah *fandom* yang lingkup penelitiannya lebih sempit dan spesifik. *Kelima*, penelitian yang berjudul **Komunikasi Penggemar Kpop Dalam Melakukan Fanwar di Media Sosial Twitter**. Metode penelitian ini menggunakan analisis fenomenologi. Penelitian tentang bagaimana penggemar Kpop melakukan fanwar di Twitter, sedangkan yang ditulis peneliti berisi tentang bentuk fanatisme dalam seluruh aspek.

Ulasan analisis perbandingan temuan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yakni memunculkan hasil bahwa terdapat kontribusi signifikan pada pemahaman kita tentang perilaku fanatisme online, khususnya di platform Twitter. Penelitian ini menggunakan metode analisis dari tweet serta wawancara narasumber, dan sejalan dengan metode yang digunakan dalam penelitian-penelitian sebelumnya seperti survei, analisis konten media sosial, studi kasus, dan etnografi virtual. Temuan utama dari penelitian ini menunjukkan bahwa Twitter memungkinkan fans untuk mengekspresikan fanatisme mereka secara lebih luas dan terbuka, dengan pola perilaku yang mencakup dukungan intens, partisipasi aktif dalam kampanye, dan kadang-kadang perilaku agresif terhadap pihak yang dianggap berlawanan. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menekankan pada peningkatan fanatisme dan interaksi intens di platform online, namun penelitian ini menyoroti peran unik Twitter sebagai platform utama.

Penelitian-penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa media sosial secara umum meningkatkan interaksi antara penggemar dan idola mereka, serta bahwa perilaku fanatik online seringkali lebih intens daripada di dunia nyata. Namun, penelitian ini memberikan wawasan tambahan tentang bagaimana Twitter secara khusus memfasilitasi dan memperkuat fanatisme online, menyoroti dinamika komunitas penggemar di platform ini dan bagaimana interaksi di Twitter dapat memperkuat rasa kebersamaan dan solidaritas kelompok. Secara keseluruhan, penelitian ini memperkaya literatur yang ada dengan fokus yang lebih spesifik pada Twitter, memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena fanatisme online di kalangan pengguna platform tersebut.



## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa fanatisme penggemar dalam bermedia sosial tidak sekedar dilihat dari sejauh mana dan berapa lama waktu yang dihabiskan untuk melakukan kegiatan tersebut, namun dapat dilihat dari fanspeak, pola interaksi, dan agresivitas verbal. Aktivitas fanatisme yang dilakukan penggemar ini ditunjukkan dari empat aspek yang peneliti analisa yaitu kepatuhan tanpa syarat, antusiasme, intoleran, dan kekerasan. Empat hal tersebut sudah mencakup bagaimana perilaku fanatisme yang terjadi pada fans Kpop saat ini. Dalam kepatuhan bersyarat dapat menunjukkan bahwasanya pengaruh seorang idola dapat merubah seseorang dan mempengaruhi kontrol dirinya sendiri, seseorang cenderung akan lebih senang dan bahagia jika diingatkan oleh idolanya daripada teman maupun orang tua. Seseorang tersebut akan merespon dengan cepat dan melakukan hal yang dikatakan idolanya tanpa syarat apapun.

Yang kedua ada perilaku intoleran atau keras kepala, seorang fans fanatik akan cenderung keras kepala dan juga tidak mau berpikir lebih lanjut apa dampak yang dia perbuat maupun katakan terhadap orang lain, cenderung memusatkan atau mematok suatu hal berdasar kesenangannya. Orang yang tidak sependapat, tidak satu kelompok, dan tidak memiliki rasa yang sama dengannya akan ditolak dan diabaikan. Antusiasme, hal ini pasti terjadi pada setiap diri seorang fans tetapi fans yang fanatik cenderung mempunyai sifat antusiasme yang berlebih demi memenuhi keinginan atau rasa kesenangan dalam dirinya terhadap hobi yang seseorang itu miliki. Kekerasan juga termasuk salah satu tindakan fanatisme, di penelitian ini kekerasan yang terjadi bukan secara fisik melainkan verbal. Antar anggota maupun antar kelompok hal ini sering terjadi apabila salah satu pihak melakukan atau mempunyai hal yang tidak disenangi pihak lain. Hal ini merupakan *final choice* atau pilihan terakhir seseorang untuk membela diri dan kelompok atau hanya melampiaskan rasa kesal maupun iri terhadap suatu hal yang tidak bisa seseorang itu capai.

Jadi fanatisme dan agresivitas verbal dapat mempengaruhi kontrol diri seseorang dalam bermedia sosial di Twitter hal ini diketahui dengan analisis isi konten, pola interaksi (*fanspeak*), dan cara memaknai serta menanggapi suatu hal yang berhubungan dengan hobinya. 4 aspek yang diteliti efektif untuk melihat serta meneliti bentuk fanatisme yang dilakukan di platform media sosial Twitter pada akun @TREASURE\_INA.

**Daftar Pustaka**

- Budiarti, E. P. (2022). Analisis Perilaku Loyalitas dan Fanatisme Fans NCT. *Perilaku Loyalitas dan Fanatisme Online*.
- Hartinah, C. N. (2018). Studi Etnografi Virtual Fanboy Group NCT di Media Sosial Twitter. *BUDAYA FANGIRLING BOYGROUP KOREA DALAM DUNIA VIRTUAL*, 1-35.
- Helena, R. L. (April 2015). Studi Fenomenologi Fanatisme di Komunitas Runners Bandung. *Fenomena Fanatisme di Komunitas Runners Bandung*, h.1-981.
- Masruroh, S. W. (2020). Studi Deskriptif Kualitatif Fanatisme Exo Fandom di Twitter. *Media Sosial dan Fanatisme*, 1-84.
- Primaretslia, R. E. (04 Oktober 2021). Komunikasi Penggemar Kpop Dalam Melakukan Fanwar di Media Sosial Twitter. *Fenomena Fanatisme Penggemar di Media Sosial*, 1-85.
- Pujarama, F. Y. (2014). Studi Etnografi Virtual pada Cyberfandom Boyband EXO di Media Sosial Twitter. *Budaya Fangirling Boyband Korea di Dunia Virtual*, h.1-10.
- Putri, K. A. (2019). Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup GenZ. *KOREAN WAVE DAN fANATISME*, 125-135.
- Ratna, M. C. (26 Juli 2021). Studi Etnografi Virtual Pada Kelompok Penggemar Kpop di Twitter. *Digitanl fandom dan Media baru*, 1-18.
- Robles, M. U. (06 Juni 2013). *FANATICISM IN PSYCHOANALYSIS*.
- Sari, R. P. (2012). Studi Etnografi Kelompok Penggemar Super Junior. *Fandom dan Konsumsi media*, 79-90.