

**FANATISME PENGGEMAR *BOYBAND SEVENTEEN*
DALAM BERMEDIA SOSIAL (ETNOGRAFI VIRTUAL
PADA *FANS KINGDOM CARAT DI X*)**

Gea Kenanga Fatwa Umammi

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perilaku fanatisme yang sering terjadi pada kalangan penggemar musik KPOP yang disebabkan karena fenomena *Korean Wave* yang kian meluas khususnya di Indonesia. Fanatisme merupakan sikap atau perilaku rasa suka yang berlebihan terhadap suatu objek yang ditandai dengan adanya perilaku imitasi atau mengikuti gaya yang dimiliki oleh idola, perilaku konsumtif untuk membeli segala barang yang berkaitan dengan idola, serta sifat obsesif terhadap idola. Fanatisme juga mengarah kepada budaya partisipasi dimana penggemar fanatik cenderung memiliki keinginan untuk bergabung ke dalam sebuah komunitas penggemar yang sama. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana aktivitas yang mencerminkan fanatisme pada *fandom* Carat Indonesia di media sosial X serta dampak fanatisme bagi kehidupan sehari-hari mereka. Penelitian ini menggunakan paradigma konstuktivis dengan metode kualitatif etnografi virtual. Sumber data penelitian ini berasal dari hasil observasi dan wawancara dengan 5 (lima) orang informan yang tergabung dalam *fandom* Carat dan aktif menggunakan media sosial X. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fanatisme penggemar dapat dilihat dari unggahan penggemar di media sosial X baik melalui akun pribadi maupun akun komunitas yang memperlihatkan tradisi dan budaya yang dilakukan Carat di media sosial X dan mencerminkan adanya imitasi, konsumtif, serta perilaku obsesif terhadap idola. Fanatisme juga memiliki dampak yang cukup besar bagi para penggemar *boyband* Seventeen di kehidupan sehari-hari mereka.

Kata kunci: Fanatisme, Budaya Partisipasi, *Fandom*, Kpop, Media Sosial

***SEVENTEEN FANS' FANATICISM ON SOCIAL MEDIA
(VIRTUAL ETHNOGRAPHY ON CARAT FANDOM IN X)***

Gea Kenanga Fatwa Umammi

ABSTRACT

The background of this research is fanaticism behaviour that often occurs among KPOP music fans due to the widespread Korean Wave phenomenon, especially in Indonesia. Fanaticism is an attitude or behaviour of excessive love for an object that is marked by imitation behaviour or following the style of the idol, consumptive behaviour to buy all items related to the idol, and obsessive behaviour towards the idol. Fanaticism also leads to a culture of participation where fanatical fans tend to have a desire to join the same fan community. This research aims to see how activities that reflect fanaticism in the Carat Indonesia fandom on social media X and the impact of fanaticism on their daily lives. This research uses a constructivist paradigm with a virtual ethnographic qualitative method. The data sources of this research coming from observations and interviews with 5 (five) informants who are members of the Carat fandom and actively use X social media. The results show that fanaticism can be seen from fan posts on social media X both through personal accounts and community accounts that show the traditions and culture carried out by Carat on social media X and reflect imitation, consumptive, and obsessive behaviour towards idols. Fanaticism also has a considerable impact on Seventeen boyband fans in their daily lives.

Keywords: *Fanaticism, Participatory Culture, Fandom, KPOP, Social Media*