

Engagement dan partisipasi dalam fandom musik pop di media sosial: studi pada anggota komunitas fanbase = Engagement and participation in pop music fandom on social media: study of fanbase community members

Zhafira Athifah Sandi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20490947&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai bagaimana anggota fandom musik pop melakukan engagement dan berpartisipasi dalam komunitas fanbase di media sosial, khususnya pada Instagram, Twitter, dan LINE yang termasuk dalam jajaran platform paling populer di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan desain fenomenologi. Melalui wawancara dengan perwakilan dari lima komunitas fanbase, penelitian ini mengeksplor praktik-praktik yang dilakukan dalam fandom musik pop dari perspektif dan pengalaman penggemar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggemar aktif terlibat dalam beragam proses produksi dan konsumsi konten, mulai dari informatif, interpretif, karya transformatif, proyek bersama komunitas, hingga merchandise. Produktivitas penggemar dalam melakukan berbagai aktivitas engagement tersebut menunjukkan adanya kesetiaan dan dedikasi terhadap musisi favorit.

Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa komunitas fanbase beroperasi berdasarkan konsep reward industry, yang mana penggemar termotivasi oleh adanya keuntungan-keuntungan emosional yang didapat dari interaksi dengan komponen industri, antara lain musisi, label rekaman, rekan media, dan promotor konser.

.....This research discusses about how members of pop music fandoms engage and participate in fanbase communities on social media, specifically on Instagram, Twitter, and LINE which are among the most popular platforms in Indonesia. This research uses qualitative method with phenomenology design. Through interviews with representatives of five fanbase communities, this research explores practices in pop music fandom from the fans perspectives and experiences.

The result shows that fans are actively involved in various processes of content production and consumption, from informative, interpretive, transformative, community projects, to merchandise. Fans productivity in doing these engagement activities shows devotion and dedication to their favorite artists. This research also finds that fanbase communities operate based on reward industry concept, in which fans are motivated by emotional rewards from interaction with industry components, such as the artist, record label, media partner, and concert promotor.