

SKRIPSI
FANATISME FANDOM *LOVE LIVE! SERIES* DALAM KOMUNITAS
LOVE LIVE! NAKAMA JOGJAKARTA

Diajukan kepada Fakultas Psikologi dan Humaniora Universitas Muhammadiyah
Magelang untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi



OLEH
DIMAS AKBAR RAMADHAN
NPM: 19.0802.0021

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
2023/2024

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Budaya adalah suatu bagian dari penduduk yang eksistensinya tidak dapat dipisahkan. Kebudayaan sendiri memiliki suatu penjelasan yaitu suatu gaya bertukar pikiran dan saling mempengaruhi yang lainnya secara erat. Namun seiring berjalannya waktu budaya mengalami pertumbuhan yang berlangsung hingga saat ini, budaya juga memiliki sifat yang dinamis seperti halnya zaman yang semakin berkembang. Teknologi komunikasi dan informasi memiliki dampak yang besar bagi perkembangan suatu budaya baru yang dapat dimengerti dan diterima oleh masyarakat,. Internet sebagai salah satu dampak dari perkembangan teknologi baru pada dasarnya tidak hanya bisa menjadi pintu untuk mengetahui bagaimana budaya yang ada pada masyarakat di daerah tertentu, melainkan menjadi perangkat dalam ekspresi budaya itu sendiri (Nasrullah, 2012: 26). Dikutip dari (Daryanto Setiawan, 2018) . Perkembangan teknologi komunikasi di abad modern ini sebagai sebuah kemajuan dalam bidang kebudayaan yang bersifat massal, sehingga pengaruhnyapun terjadi dalam segala segi kehidupan. (Indriani & Kusuma, 2022) Globalisasi budaya penyebarannya suatu gagasan, makna, dan nilai ke seluruh dunia dengan cepat dan menggunakan cara tertentu untuk mempererat hubungan sosial di seluruh dunia. Seperti budaya *pop culture* Jepang.

Budaya yang saat ini populer Indonesia adalah *pop culture Jepang*. Salah satu budaya pop yang menjadi populer adalah budaya pop Jepang yang dikenal dengan anime dan manga anime dan Manga sebagai budaya populer diplomasi publik Jepang terhadap Indonesia selama beberapa dekade terakhir, produk budaya populer Jepang telah diekspor, diperdagangkan, dan dikonsumsi terutama di seluruh Asia Timur dan Tenggara seperti Taiwan, Hong Kong, Singapura, Thailand, Vietnam, Korea, dan Indonesia (Farahdiba Rizki Vania & Wisnu Anggoro, 2022). Jepang adalah suatu negara yang maju di benua Asia, Jepang adalah salah satu negara maju yang berada di Asia dan salah satu negara yang masih kental dengan budayabudaya tradisional (Pratiwi, 2021). Khususnya dalam penyebaran budaya maupun *pop culture* Jepang itu sendiri. Salah satu *pop culture* Jepang adalah anime sendiri menjadi salah satu tontonan yang menjamur di masyarakat di dunia seperti halnya anime, *tokusatsu*, *cosplay*, *manga*, *J-music*, *dorama*, dan *game*. Anime

menjadi salah satu budaya Jepang yang digunakan untuk penyebaran budaya mereka untuk pasar internasional. Seiring berjalannya waktu anime mulai banyak di kenal oleh dunia dan menganggap bahwa anime adalah salah satu budaya milik jepang. Anime Doraemon sebagai “Duta Besar Anime” negara Jepang. Terpilihnya Doraemon sebagai ‘Duta Besar Anime’ di harapkan dapat menyebarkan nilai-nilai positif dari masyarakat Jepang (MOFA, 2008 dalam Nakamura, 2009) yang dikutip dari (Erwindo, 2018).

Anime menampilkan suatu budaya yang menyatu dan menjadi suatu konsep yang jelas dan memiliki suatu ciri khas. Globalisasi budaya sendiri telah sampai di seluruh dunia dan utamanya adalah negara di asia yang menjadi salah satu sasaran dalam penyebaran budaya anime. Indonesia sendiri adalah salah satu negara yang menjadi salah satu tempat penyebarannya. Tidak hanya film series anime saja akan tetapi seperti barang-barang seperti anime, *merchandise*, dan juga makanan dan minuman dari negara matahari terbit itu. Anime ini sangat populer di Indonesia. Masuknya anime di Indonesia berawal dari penayangan seri anime di berbagai stasiun televisi nasional dan sampai sekarang masih eksis. Banyak kota di Indonesia yang menjadi tempat penyebaran anime mulai dari kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, dan lainnya. Pada era media baru, masyarakat sangat mudah mencari dan menelusuri anime di berbagai media. Contohnya majalah anime di Indonesia AMH Magz!, portal berita anime seperti jejepangan.com, japanesestation.com, jurnalotaku.com dan info-info yang ada di media sosial seperti Facebook, Twitter, Intagram, dan Line. (Riyadie, 2022)

Salah satu daerah di Indonesia yang terkena dampak dari pernyebaran anime di Indonesia adalah Yogyakarta. Kepopuleran anime di Yogyakarta tidak lepas dari seringnya di adakan *event* Jejepangan yang memiliki hubungan yang erat dengan anime,manga, dan paling penting cosplay di Yogyakarta. Berikut adalah data event jejepangan di Jawa Tengah dan Yogyakarta pada bulan April ,Mei & Juni yang di ambil dari portal berita yang dimiliki oleh titipjepang.com :

BULAN APRIL :

No.	Nama Event	Tanggal Event	Lokasi
1.	JBJSOUNDSET	1 April 2023	Sevensky Lippo Mall Yogyakarta
2.	Japan Night with Yamaha	2 April 2023	The Park Mall Semarang

3.	Cosplay Competition SCU Fair	1 April 2023	Sport Hall SCU Pawiyatan Luhur, Semarang
4.	ANIME LIVE COSPLAY SEASON	15 April 2023	Embun Senja Coffee & Eatery, Salatiga
5.	STELLAR MATSURI	29-30 April 2023	Gd. Balairung UPGRIS, Semarang
6.	Holy Jepang Matsuri	30 April 2023	Kudus City Walk

Tabel 1.1 : Jadwal Event Jejepangan bulan april di Jawa Tengah dan Yogyakarta yang di ambil dari titipjepang.com

BULAN MEI :

No.	Nama Event	Tanggal Event	Lokasi
1.	Countdown Grand Opening Uptown Mall	Senin,1 Mei 2023, Jumat, 5 Mei 2023, Sabtu, 6 Mei 2023 & Minggu,7 Mei 2023	Mall BSB City, Semarang
2.	Game & Hobby CosFest	Minggu, 7 Mei 2023	MG Setos, Semarang
3.	Haruno Mura no Shiawase	6-7 Mei 2023	Asha Akhasa, Yogyakarta
4.	Paripico	20-21 Mei 2023	Angkasapura Terminal B Adisucipto, Yogyakarta

Tabel 1.2 : Jadwal Event Jejepangan bulan mei di Jawa Tengah dan Yogyakarta yang di ambil dari titipjepang.com

BULAN JUNI :

No.	Nama Event	Tanggal Event	Lokasi
1.	MIRAI NO KISEKI	3-4 Juni 2023	Sevensky Lippo Mall Yogyakarta
2.	Road to MOCHIVERSARY	4 Juni 2023	YOTEEcOFFEE, Slerok, Kota Tegal
3.	Level Up	4 Juni 2023	MG Setos, Semarang
4.	HELLOWEEBS ON THE ROAD to JOGJA	10-11 Juni 2023	Pakuwon Mall, Yogyakarta
5.	Kebumen Nibanme no Matsuri (Kei Ni Si)	11 Juni 2023	PLUT, Kebumen
6.	BUNKASAI UDINUS 2023	17-18 Juni 2023	Universitas Dian Nuswantoro Semarang
7.	NATSUKO FESTIVAL	18 Juni 2023	Auditorium LPP, Yogyakarta
8.	Nihongo 7 Wakai Mezame : Akarukute Tooi Sora e	24 Juni 2023	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
9.	Japan Fashion Night	24 Juni 2023	Queen City Mall, Semarang
10.	Aozora Fest	25 Juni 2023	Taman Kuliner Condongcatur, Yogyakarta

Tabel 1.3 : Jadwal Event Jejepangan bulan juni di Jawa Tengah dan Yogyakarta yang di ambil dari titipjepang.com

Total event jepengangan dalam 3 bulan :

Event Bulan April	Event Bulan Mei	Event Bulan Juni	Total Event
6	4	10	20

Adanya *event-event* tersebut dapat membuat para penggemar budaya jepjepangan seperti *otaku* dan *anime lover* dapat mendirikan suatu komunitas di Yogyakarta, salah satu komunitas yang menyukai anime *Love Live! Series* yaitu Love Live Nakama Jogjakarta atau biasa di singkat LLNJ. Komunitas ini adalah rebranding dari komunitas terdahulunya yaitu Love Live Jogjakarta atau LLJ, komunitas ini sering melakukan perkumpulan dan membuka *stand* komunitas di salah satu event jepjepangan di jogja untuk mengenalkan Love live dan untuk mengenalkan merchandise original yang mereka punya untuk di pajang di stand komunitas dengan tujuan untuk dilihat oleh para pengunjung event jepjepangan tersebut.

Event jepjepangan adalah salah suatu acara yang memiliki konsep dan tema seperti kebudayaan Jepang, *event* jepjepangan biasanya diisi oleh berbagai macam budaya jepang seperti Cosplay, lomba-lomba, bahkan tempat untuk berjualan merchandise anime dan juga makanan dan minuman yang berkaitan dengan Jepang. *Event* jepjepangan juga dapat berpengaruh terhadap penyebaran anime dan tidak hanya melalui *event* saja bahkan media massa sering digunakan untuk menyebarkan anime. Hal ini menjadi suatu keadaan bagi masyarakat seakan mereka dipaksa untuk mengikuti hal yang sedang ngetren di lingkungan sekitar dan menjadi gaya hidup baru. Kebiasaan dan gaya hidup masyarakat cepat sekali berubah, kini masyarakat cenderung memiliki pola hidup yang selalu mengikuti arus perkembangan jaman. (Setianingsih, 2018) karena adanya event jepjepangan berdampak bagi masyarakat Indonesia dan mulailah terbentuk penggemar anime maupun manga yang mendirikan komunitas anime.

Salah satu anime maupun manga yang memiliki banyak penggemar di Indonesia adalah Love Live! Series. Karangan dari Sakurako Kimino ini menjadi anime yang sudah memiliki 4 Generasi dan sudah berusia lebih dari 13 tahun lamanya dari tahun 2013 saat itu anime yang rilis pertama adalah Love Live! School Idol Project, Love Live! Sunshine!!, Love Live! Nijigasaki, dan sampai yang terbaru adalah Love Live! Superstar!! yang tahun ini mendapatkan adaptasi anime season ketiganya. Setelah sukses dengan peluncuran musim pertama dan musim kedua dari anime *Love Live Superstar*, studio anime Sunrise memutuskan untuk memunculkan musim ketiganya. (Friska, 2023)



Gambar 1.1 : Key Visual Love Live! School Idol Project



Gambar 1.2 : Key Visual Love Live! Sunshine!!



Gambar 1.3 : Key Visual Love Live! Nijigasaki



Gambar 1.4 : Key Visual Love Live! Superstar!!

Love Live! Series sendiri bercerita tentang seorang gadis SMA yang ingin membentuk school idol di SMA mereka yang memiliki tujuan untuk menyelamatkan sekolah mereka ditutup karena kurangnya pendaftar dari sekolah tersebut, akan tetapi anime ini memiliki berbagai macam konflik yang berbeda-beda tiap generasinya. Love Live! Series sendiri menjadi anime yang banyak di sukai banyak orang terutama kalangan remaja laki-laki di Yogyakarta maupun di Indonesia, salah satu komunitas anime di Yogyakarta yang berisikan para penggemar Love Live! Series Bernama Love Live! Nakama Jogjakarta.

Berbicara terkait Love Live! Series dalam komunitas Love Live! Nakama Jogjakarta ini memiliki banyak anggota yang sangat fanatik dan banyak dari mereka melakukan beberapa hal seperti mengoleksi merchandise original, menonton konser idolanya secara langsung dan yang terakhir adalah mereka bercosplay agar menjadi sosok idolanya. Para otaku tersebut tidak segan-segan menghabiskan uang untuk membeli mainan, merchandise hingga action figure yang nilainya bisa mencapai jutaan rupiah dan mengunjungi tempat wisata One Piece yang juga berbiaya mahal. Tidak sedikit dari para otaku ini juga yang mendandani diri mereka agar terlihat mirip seperti para karakter di One Piece atau menjadi cosplayer (Muh. Nur Rahmat Yasim, 2022).

Ada beberapa hal yang dilakukan para fans fanatik dalam mendukung para idol dan juga karakter dalam anime Love Live! Series seperti membeli merch original & Bootleg, melakukan acara nonton bareng konser idol yang mereka sukai secara online maupun secara langsung (ke Jepang), membuka stand komunitas di event jejepangan dan yang terakhir yaitu mereka bercosplay demi meniru sosok idolanya bahkan mereka juga membuat *Idol Dance Cover*.



Gambar 1.5 : Merchandise original kanon & sayurin (stand akrilik)



Gambar 1.6 : Acara Nonton bareng konser “Liella! 3rd tour We Will!!”



Gambar 1.7 : Komunitas LLNJ membuka stand komunitas di event jejepangan.



Gambar 1.8 : Anggota Dance Cover E-qourz bermain UNO dengan pengurus LLNJ

Dalam penjelasan di atas dapat kita ketahui bahwa ada beberapa orang yang antusias akan tetapi berlebihan terhadap *Love Live!* Series yang menyebabkan perubahan pada gaya hidup orang-orang yang sudah fanatik terhadap *Love Live!*. hal ini menyebabkan perubahan wujud seseorang yang menjadi *otaku* anime *Love Live!* dan menjadi fanatik atau fanatisme yang berlebihan yang menyebabkan otaku ini menghabiskan banyak waktu maupun menghabiskan banyak uang untuk *Love Live!* dan menjadikan *Love Live!* menjadi gaya hidup yang baru. Gaya hidup adalah salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif, gaya hidup juga terbentuk karena adanya fanatisme yang dimiliki remaja penggemar Kpop. (Hidayati & Indriana, 2022)

Bentuk kegiatan yang sering dilakukan oleh para *otaku anime Love Live!* ada berbagai macam seperti mengikuti perkembangan *franchise* ini seperti update terkait informasi, mengoleksi merch original atau merch bootleg, bermain sosial media untuk mendapatkan teman yang menyukai *franchise* ini, melakukan nobar konser, dan mendirikan stand komunitas di event jejepangan. Hal ini dapat merubah gaya hidup dari para fans yang dimana mengutamakan hal yang sekiranya itu adalah hal yang sekunder namun dijadikan suatu hal yg utama (primer)

Bagaimana bentuk-bentuk fanatisme dalam suatu fandom Love Live! Series dalam komunitas Love Live! Nakama Jogjakarta ini sangat menarik untuk di teliti karena dalam fanatisme ini memiliki beberapa macam-macam bentuk fanatisme apalagi dalam suatu fandom dan di dalam komunitas anime di Yogyakarta. Bahkan mereka menjadikan suatu fanatisme ini menjadi salah satu gaya hidup mereka yang harus di penuhi seperti mengoleksi merchandise original atau bootleg, melakukan nobar secara online maupun offline, mendirikan stand komunitas di event jejepangan, dan melakukan cosplay seperti tokoh idolanya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : “Bagaimana fanatisme dalam fandom *Love Live! Series* di komunitas Love Live! Nakama Jogjakarta?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan, maka tujuan yang ingin di peroleh dari penelitian ini adalah: bagaimana bentuk fanatisme fandom *Love Live! Series* dalam komunitas Love Live! Nakama Jogjakarta.

D. Manfaat Penelitian

a) Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan gambaran terkait fanatisme dalam suatu fandom dan dalam lingkup komunitas, selain itu penelitian ini menjelaskan tentang fanatisme seperti membeli merchandise, mengadakan nonton bareng, mendirikan stand komunitas, hingga bercosplay.

b) Manfaat Praktis

1. Untuk memberikan suatu gambaran terkait fanatisme pada sebuah fandom dalam lingkup suatu komunitas anime Jepang.
2. Untuk masyarakat dapat memberikan suatu referensi kepada para mahasiswa yang berminat membahas suatu hal yang serupa.
3. Hasil dari penelitian ini bisa menjadi literatur yang relevan untuk kedepannya.

c) Manfaat Akademis

1. Untuk memberikan suatu gambaran tentang bagaimana fanatisme dapat merubah gaya hidup seseorang.
2. Untuk bahan rujukan kepada penelitian selanjutnya yang membahas tentang fanatisme suatu fandom.
3. Untuk peneliti, hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menerapkan teori yang sudah di dapat saat menempuh jenjang perkuliahan dengan mengamati dan menganalisis suatu keadaan yang sebenarnya di lapangan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama yang dilakukan oleh Yelia Nova Khoiriah dan Ginanjar Rahmawan tentang bagaimana pengaruh dari fanatisme, pengemasan, promosi, hingga inovasi sebuah produk kepada keputusan pembelian produk BTS Meal Mcdonald's di Soloraya (Khoiriah & Rahmawan, 2022). Dengan judul "Pengaruh Fanatisme, Packaging, Promotion, dan Product Innovation terhadap Keputusan Pembelian Produk BTS Meal Mcdonald's di Soloraya". Metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Subjeknya adalah seluruh masyarakat di Solo Raya yang membeli BTS Meal Mcdonald's dengan jumlah sampelnya 100 responden dengan Teknik *non-probability sampling*. Data primernya dengan kuisioner dan responden mengisi kuisioner dengan menggunakan skala Likert.

Hasil penelitiannya adalah semakin besar rasa fanatisme terhadap *boygroup* BTS konsumen akan tertarik dan cepat dalam memutuskan untuk membeli produk tersebut (*Fanatisme*), semakin menarik tampilan dari kemasan dan semakin berguna karena dapat di daur ulang dapat membuat konsumen semakin tertarik melakukan pembelian BTS Meal Mcdonald's (*Packaging*), semakin baik kualitas dan makin lamanya promosi maka semakin tinggi keinginan para konsumen untuk membeli produk ini (*Promotion*), dan yang terakhir yaitu semakin tinggi inovasi menu di Mcdonald's dapat mempengaruhi tingginya minat konsumen untuk membeli produk di Mcdonald's (*Product Innovation*)

Perbedaan penelitiannya dalam penelitian ini membahas tentang masyarakat yg membeli BTS Meal Mcdonald's dari 4 aspek yaitu Fanatisme, Pengemasan, Promosi, dan Inovasi sebuah produk penelitian ini menggunakan Teknik *non-probability sampling*. Sedangkan penelitian ini meneliti tentang bentuk-bentuk fanatisme suatu fandom dalam suatu komunitas di Yogyakarta yang dimana dijelaskan beberapa bentuk fanatismenya salah satunya adalah membeli suatu merchandise original).

Penelitian kedua yang dilakukan oleh Ahmad Bahtiar, Tatik Meiyuntariningsih, dan Akta Ririn Aristawati tentang bagaimana fanatisme terhadap anime dan perilaku konsumtif para penggemarnya (Bahtiar et al., 2022). Dengan judul "Fanatisme terhadap anime dan perilaku konsumtif" menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah 100 subjek. Menggunakan Teknik pengambilan sampel random sampling dan sampel penelitian ini adalah anggota dari komunitas pencinta Anime di Surabaya. Uji validitasnya menggunakan

SPSS dan Teknik analisis datanya menggunakan metode statistic dengan Teknik analisis korelasi Non Parametrik Spearman.

Hasil penelitian ini yaitu tingkat fanatisme anggota komunitas Pencinta Anime di Surabaya ada pengaruh yang baik terhadap perilaku konsumtif dalam membeli barang seperti gantungan kunci, baju, topi, cosplay action figure, poster, dan kaset. Ada dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu dalam diri sendiri dan di luar diri sendiri. Bahkan mereka rela membeli action figure untuk kesenangan semata walaupun menghabiskan uang ratusan hingga jutaan tanpa tahu apa nilai barang yang mereka beli. Mereka juga membeli baju cosplay agar dapat menjadi karakter favoritnya.

Perbedaan penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan SPSS untuk validasi datanya sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam dan melakukan observasi terhadap objek yang di teliti. Memiliki kesamaan dalam hal yang di teliti seperti meneliti fanatisme dalam suatu komunitas anime.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Raras Ayu Putri Perwitasari, Rahmi Fauzia, dan M. Syarif Hidayatullah tentang hubungan fanatisme pada anime dengan *sense of community* pada suatu komunitas ROD di Banjarmasin. (Ayu et al., 2019). Dengan judul “Hubungan Fanatisme pada Anime dengan *Sense of Community* pada Anggota Komunitas ROD Banjarmasin. Dengan metode kuantitatif, penelitian ini juga membahas bagaimana skala fanatisme pada anime dan skala *sense of community*. Pengujian reliabilitasnya menggunakan program SPSS dan menggunakan Teknik koefisien realibilitas *Alpha Cornbach*. Analisis statistiknya digunakan menguji hipotesis yaitu korelasi *product moment* dari Karl Pearson.

Hasil dari penelitian ini adalah hubungan antara fanatisme pada anime dengan *sense of community* pada anggota komunitas ROD Banjarmasin. Tingkat fanatisme pada anggota komunitas ini sangat tinggi. Karena hampir seluruh anggota komunitas menghabiskan uang dan waktu untuk menonton anime hingga membeli barang yang berhubungan dengan anime dan *sense of community* sangat tinggi terbukti mereka menjadikan komunitas sebagai keluarga kedua dan akrab dan hangat satu sama lain. Penelitian ini menunjukan bahwa adanya hubungan positif antara para fans anime, semakin tinggi fanatisme pada anime maka makin tinggi *sense of community* dan bisa berbanding sebaliknya.

Perbedaan penelitiannya adalah dari penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitaif karena menggunakan SPSS untuk menganalisis datanya, dan data yang di teliti lebih fokus pada *sense of community*. Sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan

Teknik pengambilan datanya menggunakan wawancara mendalam, lalu hal yang diteliti lebih ke bagaimana fanatisme para fandom Love Live! Series dalam komunitas LLNJ di Yogyakarta.

B. Kerangka Teori

a) Fanatisme

Pengertian fanatisme adalah keyakinan atau pandangan tentang sesuatu yang bersifat positif atau negatif, tanpa suatu alasan atau kenyataan namun berakar begitu dalam sehingga sulit untuk diubah atau dikoreksi. Fanatisme sering dianggap perilaku yang tidak rasional dan susah untuk menerima pendapat orang lain. Ada berbagai macam pengertian tentang fanatisme menurut beberapa ahli, yaitu sebagai berikut :

- a. Fanatisme menurut Goddard dalam (Harmawan et al., 2022) adalah suatu keyakinan yang membuat seseorang buta sehingga mau melakukan segala hal apapun demi mempertahankan keyakinan yang dianutnya.
- b. Fanatisme menurut Chaplin (2009) yang dikutip dalam (Taufan & Azhari, 2023) yaitu satu sikap yang penuh semangat yang berlebihan terhadap satu segi pandangan atau satu sebab.

Ada beberapa aspek yang dapat mempengaruhi suatu fanatisme, Menurut Goddard ada beberapa aspek yang mempengaruhi fanatisme yaitu sebagai berikut :

- a. Besarnya minat dan kecintaan pada suatu jenis kegiatan.
Fanatisme terhadap suatu kegiatan tertentu adalah hal yang wajar. Dengan memiliki sikap fanatisme ini seseorang akan lebih memotivasi dirinya sendiri untuk lebih mendukung idol kesukaan mereka.
- b. Sikap pribadi maupun kelompok terhadap kegiatan tersebut.
Esensi ini sangat penting, karena jiwa yang memulai untuk melakukan sesuatu yang sedang dilakukan.

- c. Lamanya individu menekuni satu jenis kegiatan tertentu.
Ketika anda melakukan sesuatu yang dirasa menyenangkan pasti ada suatu kebanggaan tentang apa yang telah di capai
- d. Motivasi yang datang dari keluarga juga dapat mempengaruhi seseorang kepada bidang kegiatannya.

Ada Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi suatu fanatisme seseorang, menurut Wolman dalam (Ayu et al., 2019b) mengungkapkan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi fanatisme pada seseorang. Faktor-faktornya :

- a. Kebodohan
Seorang yang fanatik biasanya cenderung akan bertindak dengan mengandalkan suatu keyakinan yang dimilikinya saja tanpa adanya pengetahuan yang cukup dan data yang valid.
- b. Cinta pada suatu golongan dan kelompok
Seorang yang fanatik akan lebih mengutamakan kelompoknya daripada kepentingannya sendiri dan menjadikan kepentingan kelompok sebagai sesuatu yang sangat penting bagi dirinya
- c. Figure atau sosok yang kharismatik
Seseorang dapat menjadi fanatik karena adanya sosok orang yang sangat dikagumi oleh dirinya. Rasa kekagumannya kadang cenderung di besar-besarkan sehingga merasa bahwa sosok yang dikagumi tersebut layak untuk di agungkan.

Fanatisme memiliki suatu ciri-ciri tertentu hal ini di jelaskan pada jurnal (Psimawa et al., 2023) ada beberapa ciri-ciri seorang bisa dikatakan memiliki sifat yang fanatik yakni sebagai berikut :

1. Kurang rasional dalam melakukan suatu Tindakan atau mengambil keputusan yang tidak disertai pemikiran rasional dan cenderung bertindak dengan mengedepankan emosi.
2. Memiliki pandangan yang sempit karena lebih mementingkan kelompoknya dan menganggap mereka sebagai sesuatu yang

paling benar, sehingga cenderung menyalahkan kelompok lain.

3. Bersemangat untuk mencapai tujuan tertentu dengan cara menggebu-gebu terhadap hal yang akan di raih.

Fanatisme memiliki suatu karakteristik, karakteristik ini di jelaskan oleh Thorne dan Brune (2006) yang dikutip dari (Gefanly Anno Damasta, 2020) mendeskripsikan karakteristik fanatisme dengan empat hal yang pertama keterlibatan internal (*internal involvement*), keterlibatan eksternal (*external involvement*), keinginan memperoleh (*a desire to acquire*), dan yang terakhir interaksi sosial (*social interaction*)

1. Keterlibatan Internal (*internal involvement*)

Keterlibatan internal adalah suatu aktivitas penggemar yang memfokuskan waktu, tenaga, dan perhatian pada hal-hal yang menarik. Hal ini berupa loyalitas, ketertarikan emosional dengan idolanya, serta pengorbanan penggemarnya meluangkan waktu untuk idolanya.

2. Keterlibatan Eksternal (*external involvement*)

Keterlibatan eksternal adalah aktivitas penggemar dimana mereka menunjukkan keterlibatan mereka dalam suatu aktivitas yang bersangkutan dengan idolanya. Keinginan mereka untuk menunjukkan keterlibatan eksternal dengan berbagai cara dan tergantung dengan tidak kefanatikannya. Seperti menghadiri konser ataupun berkumpul dengan kelompok penggemar dengan tujuan untuk membentuk hobi atau kebiasaan baru dari kegiatan pengidolan

3. Keinginan Memperoleh (*a desire to acquire*)

Penggemar mengekspresikan keinginannya yang kuat untuk memiliki objek material yang berhubungan dengan idolanya. Ada beberapa alasan untuk karakteristik ini. Seperti keinginan untuk menggunakan benda fisik sebagai penghubung kepada idolanya, selama melakukan aktivitas

dengan idola, tujuannya untuk merasakan kesenangan yang diperoleh dari memiliki barang yang tidak dimiliki orang lain.

4. Interaksi sosial (*Social Interaction*)

Interaksi sosial yaitu suatu karakteristik pada perilaku fanatisme dalam melakukan komunikasi di lingkungan sosial dan sikap ini dapat muncul secara individu maupun kelompok. Dengan berinteraksi dengan orang lain yang memiliki kesukaan yang sama dapat menjadi suatu hal yang menyenangkan bagi para penggemar. Penggemar saling berinteraksi dengan yang lainnya melalui sosial media, suatu acara yang diadakan langsung oleh idola mereka atau acara yang dibuat oleh para penggemar tersebut.

b) Teori Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah suatu komunikasi yang terjadi pada suatu komunikator dengan sekelompok orang yang berjumlah lebih dari dua orang. Kelompok komunikasi sendiri bisa banyak dan juga sedikit. Jika jumlah orangnya sedikit bisa diartikan kelompok itu kecil, komunikasi yang terjadi yaitu komunikasi kelompok kecil (*small group communication*). Jika jumlahnya sangat banyak bisa diartikan komunikasi kelompok besar (*large group communication*). Menurut Michael Burgoon (dalam Wiryanto, 2005) mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat. (Apriady, 2023). Definisi di atas komunikasi kelompok memiliki suatu kesamaan, yaitu adanya komunikasi tatap muka dan memiliki rencana kerja yang tersusun demi mencapai suatu tujuan dalam berkelompok.

- 1) Ada beberapa karakteristik komunikasi kelompok, yaitu :
 - a. Komunikasi dalam kelompok memiliki sifat homogeny
 - b. Dalam komunikasi kelompok jika terjadi kesempatan dapat melakukan Tindakan saat itu juga.
 - c. Arus balik di komunikasi kelompok terjadi secara langsung,

karena sang komunikator mengetahui reaksi komunikan secara langsung.

- d. Pesan yang tersampaikan kepada komunikan bersifat rasional (kelompok kecil) dan bersifat emosional (kelompok besar).
- e. Komunikator mengenal komunikan meskipun tidak ada hubungan yang terjalin erat seperti komunikasi interpersonal.
- f. Komunikasi kelompok dapat menimbulkan konsekuensi Bersama karena tujuan yang di raih sama.

2) Fungsi Komunikasi kelompok, yaitu :

- a. Fungsi hubungan sosial adalah suatu kelompok itu mampu memelihara hubungan sosial para anggotanya. Contohnya suatu kelompok memberikan kesempatan untuk anggotanya melakukan aktivitas informal, santai, dan menghibur.
- b. Fungsi Pendidikan adalah sebuah kelompok bekerja secara formal maupun informal untuk saling bertukar pengetahuan.
- c. Fungsi persuasi adalah seorang anggota yang berusaha untuk memersuasi anggota lainnya agar tidak melakukan suatu hal.
- d. Fungsi problem solving adalah suatu kegiatan dalam kelompok yang bertujuan untuk memecahkan masalah dan membuat keputusan untuk menyelesaikan masalah tertentu.
- e. Fungsi terapi adalah suatu individu harus berinteraksi satu sama lain dengan anggota kelompoknya dengan tujuan untuk mendapatkan manfaat, membantu diri sendiri.

c) Teori Hiperrealitas

Hiperrealitas adalah suatu keadaan dimana batas antara realitas fisik dan dunia simbolis menjadi tidak ada bahkan menjadi hilang. Menurut Jean Baudrillard hiperrealitas telah menciptakan suatu kondisi kepalsuan yang di dalamnya berbaur dengan keaslian, masa lalu berbaur dengan masa kini, fakta bersimpang siur dengan rekayasa, tanda melebur dengan realitas, dusta bersenyawa dengan kebenaran. Kategori-kategori kebenaran, kepalsuan, keaslian, isu, realitas seakan-akan tidak berlaku lagi di dalam dunia seperti itu (Gede & Siswadi, 2022). Sedangkan Simulasi

adalah suatu hal yang nyata yang dapat dilihat dengan mata telanjang kita, tapi realitas ini kehilangan suatu makna milik mereka sendiri dan muncul sebuah hiperrealitas.

Hiperrealitas sendiri dapat menggeser realitas asli yang menyebabkan realitas yang asli tidak memiliki makna lagi. Keadaan seperti ini membuat masyarakat modern berubah menjadi masyarakat yang berlebihan dalam menggunakan sesuatu hal, sesuatu hal yang dikonsumsi secara berlebihan akan membuat suatu nilai ataupun makna dari suatu hal tersebut.

Thorne dan Bruner (2006) menjelaskan bahwa penggemar merupakan seseorang yang sangat menyukai atau tertarik pada orang, kelompok, *trend*, karya seni atau suatu ide tertentu. Perilaku penggemar dianggap oleh orang lain sebagai hal yang tidak biasa tapi tidak melanggar aturan maupun norma sosial. Di kalangan Fandom K-pop/J-pop penyebutan penggemarnya sering disebut fandom atau fans kingdom. Penggemar sering dianggap sebagai orang yang memiliki perilaku yang berbeda dengan Masyarakat pada umumnya dan pandangan orang lain kepada para penggemar yaitu mereka memiliki dunianya sendiri (hiperrealitas) yang didasari oleh fantasi dan juga imajinasi.

Thorne dan Bruner juga membuat tingkatan konsep penggemar dari yang biasa hingga yang tidak normal, ada empat tingkatan yaitu :

1. Penggemar biasa

Penggemar yang dibatasi oleh waktu dan adanya dorongan sosial. Seperti halnya mereka menyukai sesuatu hal akan tetapi mereka tetap tidak lupa dengan waktu dan kehidupan sosial mereka.

2. Penggemar berdedikasi

Penggemar yang menyesuaikan gaya hidupnya agar dapat melakukan sesuatu kegiatan fanboy seperti mengoleksi merchandise original dan barang-barang yang berkaitan dengan idola mereka. seperti halnya fandom *Love Live! Series* yang membeli merchandise original yang di keluarkan oleh idolanya tersebut.

3. Penggemar setia

Suatu perubahan gaya hidup penggemar untuk mengejar fanatisme secara aktif. Dengan cara melakukan apapun kegiatan dalam memenuhi fanatismenya agar diakui oleh banyak orang bahwa ia adalah penggemar idola tersebut.

4. Penggemar tidak normal

Penggemar yang melanggar norma seperti halnya melakukan kekerasan, anti sosial, menguntit atau mata-mata, hingga melakukan stalking kepada idolanya tersebut.

Penggemar *Love Live! Series* didominasi oleh generasi muda atau kalangan muda. Dalam dunia idol penggemar memiliki peran yang penting dalam kegiatan idolanya tersebut. Dan dalam *Idol Love Live! Series* juga memiliki beberapa pengelompokan penggemarnya karena *Love Live! Series* sendiri memiliki generasi yang dibilang banyak, contohnya sebagai berikut :

1. Penggemar sejati

Penggemar ini termasuk dalam kategori penggemar yang mengikuti idolanya sejak awal debut dan membangun sebuah fandom Bersama dengan tujuan sebagai investasi seluruh waktu maupun uang mereka hanya untuk satu group idol dan berkembang Bersama idolanya. Seperti halnya suatu *fans Love Live! Series* yang hanya menyukai satu Seriesnya saja dan focus terhadap series tersebut.

2. Multi-Fan

Penggemar yang bergabung dalam banyak fandom dalam waktu yang bersamaan. Dengan maksud dia menganggap bahwa dirinya menyukai banyak idol group. Dalam *Love Live! Series* ada tipikal penggemar seperti ini, dia menyukai beberapa gen bisa dua hingga empat gen sekaligus.

3. Penggemar fanatik

Penggemar yang cenderung perilakunya melanggar suatu aturan atau norma di Masyarakat. Dengan kata lain sudah diluar toleransi dan tindakannya sudah tidak wajar. Penggemar fanatik sendiri sering

dianggap tidak memikirkan keadaan dan keselamatan di sekitarnya. Dan dia hanya focus untuk mengejar ataupun melakukan sesuatu hal yang dia suka.

C. Fandom dan Komunitas

Fandom adalah singkatan dari “*Fans Kingdom*” berasal dari Bahasa Inggris yang berarti komunitas fans atau fans berat, fandom adalah sekelompok penggemar yang memiliki ketertarikan kepada suatu idola dan anggotanya memiliki minat yang sama. Menurut (Lewis, 2002) Fandom adalah suatu keadaan dimana seseorang menyukai sesuatu atau segala sesuatu yang memiliki latar belakang budaya dan perilaku penggemar (Mangunsong et al., 2022)

Menurut Riris Endah Respati & Eriyanto fandom sendiri berasal dari kata fanatik, dimana seseorang memiliki suatu obsesi, kegilaan, dan juga hal-hal yang di luar nalar karena mereka mau meluangkan waktunya dan mendedikasikan waktunya untuk idolanya. Fandom kependekan dari kata fanatik. Fanatik identik dengan obsesi, kegilaan, dan hal yang konyol, karena banyak mendedikasikan waktu untuk idolanya. (Endah Respati, 2019)

Dari kedua pengertian di atas dapat dimaknai bahwa fandom adalah sekumpulan penggemar suatu idola yang menyukai sesuatu seperti anime, k-pop, idol, hingga penyanyi solo, mereka juga rela melakukan sesuatu agar identik dengan idolanya dan rela meluangkan waktu demi mendedikasikan diri untuk idolanya. Fandom tidak hanya di peruntukan oleh fans Korea saja seperti halnya fandom film, anime, komik, dan cosplay. Fandom tidak hanya untuk idol grup saja namun para penyanyi solo juga memiliki fandomnya sendiri.

Komunitas adalah suatu kelompok yang memiliki ketertarikan maupun minat yang sama, dimana mereka beberap orang dari berbagai lingkungan dan di persatukan dalam suatu komunitas. Komunitas adalah sebuah kelompok social dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama.

Dalam komunitas manusia, individu-individu didalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan resiko, dan sejumlah kondisi lain yang serupa.(Sakinah et al., 2020)

Ciri-ciri komunitas dari buku *Dinamika Kelompok* karya Santosa (Slamet Santosa, 2006) yang dikutip dari (Agung Satria Respati & Dwi Waluyanto, 2021a), ada berbagai macam ciri-ciri komunitas menurut para ahli :

a. Yang pertama menurut Muzafer Sherif, ciri-cirinya :

1. Adanya dorongan/motif yang sama pada setiap individu sehingga terjadi interaksi sosial sesamanya dan tertuju dalam tujuan bersama.
2. Adanya reaksi dan kecakapan yang berbeda di antara individu satu dengan yang lain akibat terjadinya interaksi sosial.
3. Adanya pembentukan dan penegasan struktur kelompok yang jelas, terdiri dari peranan dan kedudukan yang berkembang dengan sendirinya dalam rangka mencapai tujuan bersama.
4. Adanya penegasan dan penguatan norma-norma pedoman tingkah laku anggota kelompok yang mengatur interaksi dan kegiatan anggota kelompok dalam merealisasi tujuan kelompok.

b. Menurut George Simmel :

1. Besar kecilnya jumlah anggota kelompok sosial
2. Derajat interaksi sosial dalam kelompok sosial
3. Kepentingan dan wilayah
4. Berlangsungnya suatu kepentingan
5. Derajat organisasi

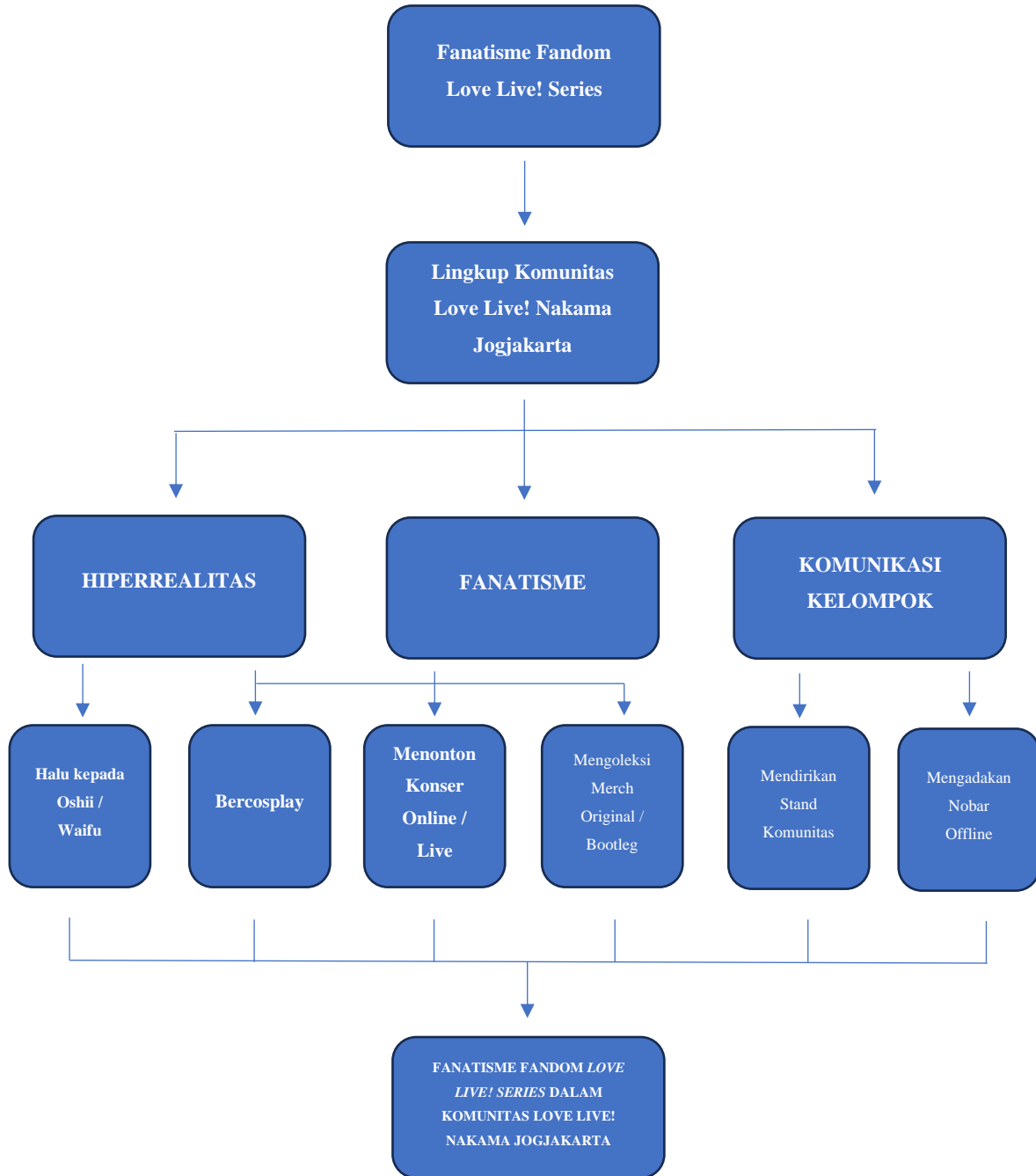
Konsep-konsep komunitas menurut Montagu dan Matson dalam (Afriani, 2018) terdapat sembilan konsep komunitas yang baik dan empat kompetensi masyarakat, yaitu :

1. Setiap anggota komunitas berinteraksi berdasar hubungan pribadi dan hubungan kelompok.
2. Komunitas memiliki kewenangan dan kemampuan mengelola kepentingannya secara bertanggung jawab.
3. Memiliki vialibitas, yaitu kemampuan memecahkan masalah sendiri.

4. Pemerataan distribusi kekuasaan.
5. Setiap anggota memiliki kesempatan yang sama untuk berpartisipasi demi kepentingan bersama.
6. Komunitas memberi makna pada anggota.
7. Adanya heterogenitas dan beda pendapat.
8. Pelayanan masyarakat ditempatkan sedekat dan secepat kepada yang berkepentingan
9. Adanya konflik dan managing conflict

Komunitas yang baik perlu di tambahkan kompetensi seperti : Kemampuan mengidentifikasi masalah dan kebutuhan komunitas , Menentukan tujuan yang hendak dicapai dan skala prioritas, mampuan menemukan dan menyepakati cara dan alat mencapai tujuan, dan yang terakhir yaitu Kemampuan bekerjasama secara rasional dalam mencapai tujuan.

D. Kerangka Berpikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode dan Paradigma yang Digunakan

Penelitian ini menggunakan analisis deskripsi kualitatif dan menggunakan paradigma konstruktivistik melalui macam-macam bentuk fanatisme salah satu fandom anime yaitu Love Live! Series. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif ini pemikiran dan pengukuran penelitiannya terjadi saat mengumpulkan data. metode penelitian ini sering disebut dengan metode kualitatif, yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Teknik pengumpulan data dilakukan secara induktif. Hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. (Nana Darna, 2018).

Pendekatan kualitatif deskriptif pada penelitian ini dilakukan untuk menganalisis referensi-referensi mengenai fanatisme dari hasil wawancara kepada Fandom Love Live! Series dalam komunitas LLNJ. Kemudian data yang didapatkan akan diperiksa kembali melalui data dari narasumber yang telah memenuhi kriteria-kriteria tertentu.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan harapan dapat memahami sebuah permasalahan yang terjadi pada pengaruh fanatisme fandom love live! yang disebabkan oleh anime Love Live! Series. Penelitian deskriptif juga merupakan penelitian yang dilakukan dengan tujuan utama untuk memberikan gambaran atau deskripsi tentang suatu keadaan secara objektif. (Purnia et al., 2020)

B. Objek Penelitian

1. Objek penelitian ini adalah Komunitas Love Live! Nakama Jogjakarta. Fandom ini berasal dari fans anime yang bergenre idol sekolah (*school idol*) yang di produksi oleh Studio Sunrise.
2. Kriteria informan
 - a. Informan tergabung dalam komunitas *Love Live!* Nakama Jogjakarta
 - b. Informan aktif dalam kegiatan internal komunitas Love Live! Nakama Jogjakarta.

- c. Informan aktif dalam kegiatan eksternal komunitas Love Live! Nakama Jogjakarta.

3. Deskripsi Informan

Informan dalam penelitian ini berjumlah 6 orang. Jumlah informan ini terdiri dari Ketua, Pengurus, dan Anggota Komunitas Love Live! Nakama Jogjakarta. Dengan Teknik pengumpulan data yang digunakan, peneliti mengambil atau mendapatkan informan berdasarkan Teknik *Purposive Sampling* yaitu suatu Teknik pengambilan sampel yang di lakukan dengan menentukan kriteria-kriteria tertentu kepada narasumbernya.

4. Sumber Data

- i. Data primer penelitian ini yaitu fandom Love Live! Series dalam Komunitas Love Live! Nakama Jogjakarta. Data primer ini diteliti agar mendapatkan beberapa temuan penelitian, serta melakukan wawancara mendalam dengan narasumber. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan menentukan kriteria-kriteria tertentu. Pemilihan sampel ini didasarkan pada suatu karakteristik tertentu dalam suatu populasi yang memiliki hubungan dominan sehingga dapat digunakan untuk mencapai tujuan penelitian (Cahnia et al., 2021). Pertanyaan kepada narasumber akan berkaitan dengan bagaimana bentuk-bentuk fanatisme seperti Mengoleksi Merchandise, Menonton Konser, Bercosplay, dan sebagainya. Pada fandom Love Live! Series dalam Komunitas Love Live! Nakama Jogjakarta.
- ii. Data Sekunder penelitian ini menggunakan data kepustakaan berupa cakupan jurnal, buku, literatur, maupun riset yang telah di lakukan sebelumnya. Data sekunder ini bertujuan untuk penunjang dan pelengkap data primer

C. Teknik Pengumpulan Data

- a. Wawancara mendalam (*In-Depth Interview*) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan (orang yang

diwawancarai), dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama. (Rahmi Surayya, 2018) Yang kemudian ada beberapa Langkah-langkah dalam melakukan wawancara seperti Menyusun daftar pertanyaan, menghubungi narasumber untuk di wawancarai, melakukan wawancara, dan mencatat informasi dan merekam hasil wawancara. Tujuan dari pengambilan data ini melalui suatu metode wawancara yang bertujuan untuk mendapatkan data langsung dari informan dari tanya jawab.

b. Metode *library research*/metode kepustakaan yaitu metode yang dilakukan dengan mengkaji jurnal, artikel, buku, skripsi, sampai data terdahulu yang memiliki suatu keterkaitan dengan tema penelitian. Bentuknya bisa tertulis maupun dari internet yang dijadikan data sekunder, kemudian data-data yang terkumpul akan diproses menjadi sumber pendukung untuk dianalisis.

c. Observasi

Observasi adalah teknik yang sangat wajib bagi peneliti untuk terjun langsung ke lapangan dan mengamati suatu objek yang akan di observasi.

Metode observasi ada tiga macam yaitu :

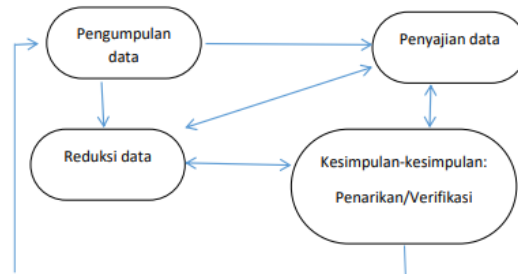
1. Observasi biasa adalah peneliti tidak terlibat langsung dan berhubungan dengan objek yang di teliti.
2. Observasi terkontrol adalah suatu objek diamati dan dikendalikan oleh peneliti
3. Observasi terlibat adalah peneliti terlibat dan terjun langsung ke lapangan dan melibatkan diri.

Penelitian ini dilakukan dengan cara mengamati dan menganalisis fanatisme Fandom Love Live! Series dalam Komunitas Love Live! Nakama Jogjakarta.

D. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu proses pengumpulan data secara sistematis dengan tujuan untuk mempermudah suatu penelitian dalam memperoleh kesimpulan.

Analisis data kualitatif bersifat induktif yang artinya analisisnya berdasarkan data yang di peroleh.



Gambar 3.1 : Teknik Analisis Data Miles & Huberman

Menurut Miles & Huberman (1992: 16) analisis data terdiri dari tiga alur yang terjadi secara bersamaan yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/ verifikasi. Analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi. Menurut Miles & Huberman (dalam Sugiyono 2017: 37). (Nana Darna, 2018). Berikut adalah pengertian dari ketiga alur tersebut :

1. Reduksi Data adalah suatu proses pemilihan dan pemusatan perhatian pada pada penyerderhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan tertulis dari hasil di lapangan
2. Penyajian Data adalah Batasan suatu penyajian sebagai Kumpulan informasi yang tersusun dan memberikan beberapa kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan mengambil suatu tindakan.
3. Menarik Kesimpulan menurut Miles & Huberman hanyalah Sebagian kegiatan dari suatu konfigurasi yang utuh.

E. Validasi Data

Kredibilitas data dalam penelitian ini menggunakan Teknik Triangulasi. Triangulasi diartikan juga sebagai kegiatan pengecekan data melalui beragam sumber, teknik, dan waktu. (Augina et al., 2020). Tujuannya untuk memperkuat

teori, metode, dan intrepretasi dari suatu penelitian kualitatif. Menggunakan Triangulasi sumber suatu cara pengecekan data yang diperoleh dari suatu sumber. Penelitian ini menggunakan triangulasi sebagai penguji kredibilitas data dengan cara pengecekan kepada data yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti halnya wawancara, arsip, maupun dokumen-dokumen tertentu. Diperkuat dengan hasil wawancara terhadap subjek dengan mencocokkan dengan konten yang di upload di suatu sosial media milik komunitas Love Live! Nakama Jogjakarta sebagai suatu bukti yang kuat bahwa data yang digunakan sangat valid dan dapat dipertanggung jawabkan.

BAB V

PENUTUP

1. Kesimpulan

Fanatisme dari fandom Love Live! Series di dalam Komunitas Love Live! Nakama Jogjakarta adalah fans fanatik karena adanya beberapa faktor yang mendukung pernyataan ini dimana anggota komunitas ini saling berinteraksi melalui media sosial, bergabung dengan kesamaan persepsi dan tujuan, adanya keinginan mereka untuk mendapatkan informasi terkait love live! series dan membagikan informasi, para anggota juga terlibat aktif dalam kegiatan komunitas ini, para anggota juga menonton anime love live! series maupun konser dari para idolanya, mereka juga membeli merchandise original meskipun harganya cukup mahal dan mengganggu keuangan mereka, bahkan para fans dan anggota komunitas ini kadang membuat postingan klaim oshii dengan tujuan oshii mereka itu hanya milik mereka, komunikasi efektif berpengaruh pada fanatisme karena disana terjadi interaksi antar anggota dengan bahan bahasan yang sama dapat menimbulkan suatu interaksi sosial antar anggota, dan yang terakhir bagaimana fanatisme terkait cosplayer tidak ada dikarenakan dari narasumber sendiri kebanyakan adalah laki-laki sedangkan karakter dalam love live! series mayoritas adalah Perempuan. Bisa di bilang fandom dalam komunitas Love Live! Nakama Jogjakarta ini adalah sangat fanatik terhadap love live! series.

2. Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya :

- a) Karena penelitian ini berfokus pada komunitas yang ruang lingkungannya adalah suatu daerah atau provinsi mungkin kedepannya penelitian terkait komunitas ini bisa di kembangkan ke komunitas yang lebih besar atau berskala nasional.
- b) Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan suatu wawancara, mungkin untuk mengungkap dari sudut pandangan lain bisa juga di teliti menggunakan metode kuantitatif sebagai pengukur seberapa besar bentuk fanatisme dari suatu fandom dalam komunitas tertentu.

- c) Penelitian ini berfokus untuk meneliti bagaimana fanatisme dari suatu fan dalam komunitas, mungkin kedepannya bisa di teliti dengan sudut pandang lain seperti perubahan gaya hidup, analisis resepsi, fenomenologi, komunikasi virtual, dll.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, D. (2018). *Peran Komunitas Gerakan Pesantren Sehat (GPS) Jambi.....*
<https://dialekito.com/seloko-adat-jambi/>
- Agung Satria Respati, Y., & Dwi Waluyanto, H. (2021a). *LEAP COMMUNITY ENGAGEMENT PEMBERDAYAAN KOMUNITAS GAMBAR MELALUI KEGIATAN PAMERAN KARYA ONLINE BERBASIS EKONOMI KREATIF.*
- Agung Satria Respati, Y., & Dwi Waluyanto, H. (2021b). *LEAP COMMUNITY ENGAGEMENT PEMBERDAYAAN KOMUNITAS GAMBAR MELALUI KEGIATAN PAMERAN KARYA ONLINE BERBASIS EKONOMI KREATIF.*
- Amaliantami Putri, K., Hadi Purnomo, M., & Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi, K. Z. (2019a). Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z. In *NUSA* (Vol. 14, Issue 1).
- Amaliantami Putri, K., Hadi Purnomo, M., & Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi, K. Z. (2019b). Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z. In *NUSA* (Vol. 14, Issue 1).
- Apriady, F. (2023). "Meraih Keunggulan Bidang Ilmu Sosial dan Politik KOMUNIKASI KELOMPOK DALAM PROSES PEMBELAJARAN SISWA/I KELAS 6 DI SDN KALIBARU III. *Prosiding Konferensi Nasional Sosial Politik (KONASPOL), 1.*
- Augina, A., Program, M., Ilmu, S., Masyarakat, K., Kedokteran, F., Kesehatan, I., Jambi, U., Letjend, J., No, S., 33, T., & Pura, J. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. In *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat* (Vol. 12).
- Ayu, R., Perwitasari, P., Fauzia, R., & Hidayatullah, D. M. S. (2019a). HUBUNGAN FANATISME PADA ANIME DENGAN SENSE OF COMMUNITY PADA ANGGOTA KOMUNITAS ROD BANJARMASIN RELATIONSHIP OF FANATICISM IN ANIME WITH THE SENSE OF COMMUNITY IN BANJARMASIN ROD COMMUNITY MEMBERS. In *Jurnal Kognisia* (Vol. 2, Issue 1).
- Ayu, R., Perwitasari, P., Fauzia, R., & Hidayatullah, D. M. S. (2019b). HUBUNGAN FANATISME PADA ANIME DENGAN SENSE OF COMMUNITY PADA ANGGOTA KOMUNITAS ROD BANJARMASIN RELATIONSHIP OF FANATICISM IN ANIME WITH THE SENSE OF COMMUNITY IN BANJARMASIN ROD COMMUNITY MEMBERS. In *Jurnal Kognisia* (Vol. 2, Issue 1).
- Bahtiar, A., Meiyuntariningsih, T., Ririn Aristawati, A., & Psikologi, F. (2022). Fanatisme terhadap anime dan perilaku konsumtif. *INNER: Journal of Psychological Research, 1(2), 70–75.*
- Cahnia, Z. A., Darubekti, N., & Samosir, F. T. (2021). Pemanfaatan Mendeley Sebagai Manajemen Referensi Pada Penulisan Skripsi Mahasiswa Program Studi Perpustakaan Dan Sains Informasi Universitas Bengkulu The Use Of Mendeley As Reference Management On Thesis Writing Of Students Of Department Of Library And Information Science Of Universitas Bengkulu. In *Palimpsest: Journal of Information and Library Science* (Vol. 12, Issue 1).
- Danardono, D. (2020). *DISKURSUS FILM: Film, Pengetahuan dan Pengalaman **.
- Daryanto Setiawan. (2018). Dampak Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Budaya Impact of Information Technology Development

- and Communication on Culture Daryanto Setiawan. *SIMBOLIKA*, 4(1).
<http://ojs.uma.ac.id/index.php/simbolika>
- Endah Respati, R. (2019). *Anomali Trilogi Fifty Shades sebagai Fan Fiction dalam Fandom* (Vol. 7, Issue 2).
- Erwindo, C. W. (2018). Efektifitas Diplomasi Budaya Dalam Penyebaran Anime Dan Manga Sebagai Nation Branding Jepang. In *Jurnal Analisis Hubungan Internasional* (Vol. 7, Issue 2).
- Farahdiba Rizki Vania, C., & Wisnu Anggoro, C. (2022). *GLOBAL KOMUNIKA*. 5(1).
- Gede, O. :, & Siswadi, A. (2022). *Proses Review 17 Februari-5 Maret Dinyatakan Lolos 8 Maret HIPERREALITAS DI MEDIA SOSIAL DALAM PERSPEKTIF SIMULAKRA JEAN BAUDRILLARD (Studi Fenomenologi pada Trend Foto Prewedding di Bali)* (Vol. 22).
<https://ejournal.unhi.ac.id/index.php/dharmasmrti/issue/view/23>
<https://ejournal.unhi.ac.id/index.php/dharmasmrti/issue/view/23>
- Gefanly Anno Damasta, D. K. D. (2020). *Hubungan antara Fanatisme dengan Perilaku Konsumtif pada Fans JKT48 di Surabaya HUBUNGAN ANTARA FANATISME DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA FANS JKT48 DI SURABAYA Gefanly Anno Damasta Damajanti Kusuma Dewi*.
- Harmawan, H., Budi Utami, A., & Ramadhani, H. S. (2022). Fanatisme pada suporter bola: Menguji penanan kematangan emosi. *INNER: Journal of Psychological Research*, 2(2), 116–122.
- Hidayati, N., & Indriana, Y. (2022). HUBUNGAN ANTARA FANATISME DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA PENGGEMAR KPOP DI SEMARANG. In *Jurnal Empati* (Vol. 11).
- Indriani, N., & Kusuma, R. S. (2022). INTERAKSI SOSIAL FANDOM ARMY DI MEDIA SOSIAL WEVERSE. *Jurnal Komunikasi Global*, 11(2), 30–30.
- Janah, M. (2014). *GAMBARAN IDENTITAS DIRI REMAJA AKHIR WANITA YANG MEMILIKI FANATISME K-POP DI SAMARINDA*.
- Khoiriah, Y. N., & Rahmawan, G. (2022). Pengaruh Fanatisme, Packaging, Promotion, dan Product Innovation terhadap Keputusan Pembelian Produk BTS Meal Mcdonald's di Soloraya. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(4), 601–614.
<https://doi.org/10.36418/jiss.v3i4.574>
- Mangunsong, G., Pohan, S., Perwirawati, E., & Perwirawati,) Elok. (2022). *NETNOGRAFI KOMUNIKASI PADA KOMUNITAS FANDOM ARMY INDONESIA*.
- Muh. Nur Rahmat Yasim. (2022). Otaku Dadakan: Studi Kasus Penggemar Anime One Piece di Kalangan Mahasiswa. *Ilmiah Ilmu-Ilmu Sosial*.
<https://hot.detik.com/book/d-4963646/rekor-manga-one-piece-terjual-450-juta-kopi-di-seluruh-dunia>,
- Nana Darna, E. H. (2018). *MEMILIH METODE PENELITIAN YANG TEPAT: BAGI PENELITIAN BIDANG ILMU MANAJEMEN*.
<https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/ekonologi>
- Nurinda, D. (2018). *Debbiani : Pola Komunikasi Kelompok Fansite POLA KOMUNIKASI KELOMPOK FANSITE EXONESIA DALAM MEMBANGUN EKSISTENSI DALAM LINGKUP PENGGEMAR K-POP* (Vol. 17, Issue 01).
<http://fiksi.kompasiana.com/drama/2012/06/16/>
- Pramita Rusiandi, N. & A. P. (2022). *Fanatisme Penggemar K-Pop Remaja Awal Pada Komunitas ARMY-BTS* (Vol. 4).
- Pratiwi, A. (2021). *DIPLOMASI PUBLIK DAN BUDAYA JEPANG MELALUI*

INSTRUMEN SOFT POWER DIPLOMACY.

- Psimawa, J., Adhi, H., Pascasarjana, T., Sunan, U., & Yogyakarta, K. (2023). *ANALISIS FENOMENA KOREAN WAVE TERHADAP SIKAP FANATISME PADA REMAJA INDONESIA*. 6(1), 1–5. <http://jurnal.uts.ac.id/index.php/PSIMAWA>
- Purnia, D. S., Muhajir, H., Adiwisastro, M. F., & Supriadi, D. (2020). Pengukuran Kesenjangan Digital Menggunakan Metode Deskriptif Berbasis Website. *Jurnal Sains Dan Manajemen*, 8(2).
- Rahmi Surayya. (2018). *PENDEKATAN KUALITATIF DALAM PENELITIAN KESEHATAN*.
- Riyadie, Q. F. (2022). Perilaku Imitasi Fashion pada Remaja Pecinta Anime di Purwokerto. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 2(2). <https://doi.org/10.20885/cantrik.vol2.iss2.art2>
- Rosida, A. (2022). Pola Keseimbangan Komunikasi Keluarga Pekerja Migran Wanita Dalam Membangun Harmonisasi. *Jurnal Audiens*, 3(3), 75–90. <https://doi.org/10.18196/jas.v3i3.12515>
- Rustandi, R. (2020). Dakwah Komunitas di Pedesaan dalam Perspektif Psikologi Komunikasi. *Irsyad: Jurnal Bimbingan, Penyuluhan, Konseling, Dan Psikoterapi Islam*, 8(3), 305–326. <https://doi.org/10.15575/irsyad.v8i3.2009>
- Sakinah, N., Sumijati, S., & Rahman, E. T. (2020). Respon Komunitas Pemuda Faiths Terhadap Kajian Khitobah Berbasis Materi Tauhid. *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(3), 245–257. <https://doi.org/10.15575/tabligh.v3i3.774>
- Saptya, R., Permana, M., & Suzan, N. (2018). PENGALAMAN KOMUNIKASI DAN KONSTRUKSI MAKNA “OTAKU” BAGI PENGGEMAR BUDAYA JEPANG (OTAKU). In *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi: Vol. VIII* (Issue 1).
- Saumantri, T., Abdu Zikrillah, dan, Sejarah dan Kebudayaan Islam, J., Komunikasi dan Penyiaran Islam, J., & Syekh Nurjati Cirebon, I. (2020). TEORI SIMULACRA JEAN BAUDRILLARD DALAM DUNIA KOMUNIKASI MEDIA MASSA JEAN BAUDRILLARD’S SIMULACRA THEORY IN THE COMMUNICATION WORLD OF MASS MEDIA. In *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* / (Vol. 11, Issue 2).
- Setianingsih, E. S. (2018). *WABAH GAYA HIDUP HEDONISME MENGANCAM MORAL ANAK*. 8(2). <http://journal.upgris.ac.id/index.php/malihpeddas>
- Taufan, M., & Azhari, M. Z. (2023). *Pengaruh Promosi, Harga, Dan Fanatisme Terhadap Keputusan Pembelian Jersey Orisinal (Studi Pada Supporter Persib Bandung)*. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA>
- Friska. (2023, Juni 5). *Serial Love Live Superstar Musim Ketiga, Ada Member Baru*. Retrieved from GGWP.id: <https://ggwp.id/media/geek/anime-manga/love-live-superstar-s3>