



**PEMAKNAAN PERILAKU KOMUNIKASI *FANBOY K-POP GIRL GROUP*  
TWICE**  
**(Studi Fenomenologi Pada Penggemar Laki-Laki 'ONCE' Di Jakarta)**

**LAPORAN SKRIPSI**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
**HEINU ADIGUNA RAMADHAN**  
44521010049

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**  
**2025**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Heinu Adiguna Ramadhan  
NIM : 44521010049  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : PEMAKNAN PERILAKU  
KOMUNIKASI *FANBOY K-POP GIRL GROUP TWICE* (Studi  
Fenomenologi Pada Penggemar Laki-Laki 'ONCE' Di Jakarta)

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 20 Januari 2025

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular stamp. The stamp is yellow and red, featuring the number '3000' in large red digits. Below the number, it says 'METERAI TEMPEL' and '1EF3DAMX150975774'. The stamp also has some smaller text and a portrait of a person.

Heinu Adiguna Ramadhan

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Heinu Adiguna Ramadhan  
NIM : 44521010049  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : PEMAKNAAN PERILAKU  
KOMUNIKASI *FANBOY K-POP GIRL GROUP TWICE* (Studi  
Fenomenologi Pada Penggemar Laki-Laki 'ONCE' Di Jakarta)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Mardhiyyah. S.I.Kom, M.I.Kom  
NIDN : 0314038802  
Ketua Penguji : Andi Pajolloi Bate, MA, MBA  
NIDN : 0303069401  
Penguji Ahli : Dudi Hartono, M.I.Kom  
NIDN : 0320037307

  


UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 20 Januari 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, Sang Maha Segalanya, atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PEMAKNAAN PERILAKU KOMUNIKASI *FANBOY K-POP GIRL GROUP TWICE* (Studi Fenomenologi Pada Penggemar Laki-Laki ‘ONCE’ di Jakarta)” tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Dalam proses penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, penulis menerima banyak bantuan, baik berupa pengajaran, bimbingan, maupun arahan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Mardhiyyah, S.I.Kom, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Dosen Pembimbing Tugas Akhir Universitas Mercu Buana, yang memberikan saya bimbingan, perhatian, dan arahan selama proses penyusunan tugas akhir ini. Dukungan dan kesabaran beliau sangat membantu saya dalam menyelesaikan penelitian ini, meskipun tidak lepas dari berbagai tantangan yang saya hadapi.
2. Andi Pajolloi Bate, S.I.Kom, M.A selaku Sekretaris Program Studi Digital Communication Universitas Mercu Buana dan Ketua Sidang pada pelaksanaan Sidang Tugas Akhir. Saya sangat menghargai waktu, perhatian, dan masukan

yang beliau berikan selama proses sidang. Umpan balik dan evaluasi beliau menjadi acuan penting bagi saya untuk menyempurnakan tugas akhir ini.

3. Dudi Hartono, M.I.Kom selaku Dosen Penguji Sidang Tugas Akhir. Ucapan terima kasih saya haturkan atas masukan, koreksi, dan saran berharga yang beliau berikan selama proses sidang. Semua evaluasi yang beliau berikan menjadi panduan penting bagi saya dalam menyempurnakan karya tulis ini.
4. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Seluruh Informan yang telah bersedia dan memberikan waktu untuk di wawancara yang hasilnya sangat penting untuk penyusunan penelitian skripsi ini.
7. Dosen-dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah membagikan ilmu, pengalaman, serta inspirasi selama saya menempuh pendidikan di Universitas Mercu Buana. Ilmu yang saya peroleh menjadi bekal penting dalam penyusunan skripsi ini dan untuk perjalanan karir saya di masa depan.
8. Staf Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi yang selalu sigap membantu dalam administrasi akademik, termasuk pengurusan berbagai dokumen yang saya butuhkan selama penyusunan skripsi, sehingga saya dapat menyelesaikan setiap prosedur akademik dengan lancar.
9. Papa Utomo, Mama Titie, Mba Ayu, Mba Dwinta, Mas Mulia selaku keluarga tercinta, atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang tiada henti. Kehadiran dan semangat yang diberikan oleh keluarga menjadi sumber motivasi terbesar bagi saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Segala pencapaian yang saya raih tidak akan terwujud tanpa dukungan kalian semua.
10. Ahmad Nurdiansyah, Bayu Anggit, Pandu Dwi Cahyono, Rofael Zulkarnaen, Danendra Putra, Fakhri Ilmam, Indar Febrian, Berliana Cahyaningtyas, Yovansca Pierlita, Jenia Adelheid, Karen Putri dan Shelvi Amelia, serta seluruh

rekan Digital Communication Universitas Mercu Buana 2021 yang senantiasa memberikan semangat dan menemani perjalanan selama pembuatan proposal ini berlangsung.

11. Aqilah Fida, Pramitha Kusuma, Sheyra Maharani, Teuku Rama, Muhammad Farel, dan Gracia Aurora selaku sahabat dekat yang senantiasa memberikan dukungan dan *support* selama pembuatan pembuatan proposal ini berlangsung.
12. Farhan Naufal Sidie, Putri Safna Najlia, Regina Alit Pinansti, Dhiara Diva Asmaradhani, Felicia Adha Baren, Luthfi Wiratmaja, Anisa Putri, Pius Nugraha, Kalista Hiswari, Claudia Dwi, dan Kevin Alexander selaku sahabat dekat sedari SMP yang senantiasa memberikan ide, candaan, pengetahuan, dan motivasi yang sangat berguna bagi penulis selama penulis menyusun tugas akhir ini.

Akhir kata penulis sangat berharap Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi Universitas Mercu Buana, khususnya di bidang studi Digital Communication, serta dapat berguna untuk menambah wawasan serta pengetahuan bagi pembaca. Penulis menyadari bahwa didalam Tugas Akhir ini terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, Penulis berharap adanya kritik dan saran demi perbaikan Tugas Akhir yang telah dibuat agar menjadi lebih baik.

Tangerang, 30 Desember 2024



Heinu Adiguna Ramadhan

Peneliti

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Heinu Adiguna Ramadhan  
NIM : 44521010049  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : PEMAKNAN PERILAKU  
KOMUNIKASI *FANBOY K-POP GIRL GROUP TWICE* (Studi  
Fenomenologi Pada Penggemar Laki-Laki 'ONCE' Di Jakarta)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

# MERCU BUANA

Jakarta, 20 Januari 2025

Yang menyatakan,



Heinu Adiguna Ramadhan

## ABSTRAK

Nama : Heinu Adiguna Ramadhan

NIM : 44521010049

Program Studi : Digital Communication

Judul Laporan Skripsi : PEMAKNAAN PERILAKU KOMUNIKASI *FANBOY K-POP GIRL GROUP TWICE* (Studi Fenomenologi Pada Penggemar Laki-Laki 'ONCE' Di Jakarta)

Pembimbing : Mardhiyyah S.I.Kom, M.I.Kom

*K-Pop Girl Group TWICE* memiliki sebutan nama untuk penggemarnya yaitu ONCE. *Fanboy* atau penggemar laki-laki ONCE menunjukkan kecintaannya yang mendalam terhadap idolanya. Hal ini menciptakan pola pemikiran dan persepsi yang sering muncul dalam komunitas penggemar laki-laki terhadap TWICE. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana penggemar laki-laki memaknai perilaku komunikasi *K-Pop Idol TWICE*, khususnya di Jakarta.

Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi dengan pendekatan kualitatif menurut Alfred Schutz, yang berfokus pada bagaimana fenomena dimulai dari indera manusia dan berkembang menjadi tindakan bermakna. Teori utama yang digunakan adalah Fenomenologi Schutz, dengan subjek penelitian adalah *fanboy ONCE TWICE* yang telah menjadi penggemar selama minimal satu tahun.

Paradigma yang digunakan adalah konstruktivisme, yang memfokuskan pada bagaimana individu memaknai kehidupan sosial dan mewujudkannya melalui bahasa. Paradigma ini digunakan untuk memahami bagaimana penggemar *girl group K-Pop TWICE* membangun makna dan pengalaman mereka terhadap budaya *K-Pop* dan cara mereka berkomunikasi.

Penelitian ini mengungkap makna dan motif di balik perilaku komunikasi *fanboy* dalam *fandom K-Pop TWICE*, yang berakar pada tiga motif utama, yaitu loyalitas, dukungan emosional, dan pemenuhan diri. Informan menunjukkan komitmen melalui partisipasi aktif dalam aktivitas *fandom* seperti *voting*, *streaming*, dan pembelian *merchandise*, yang semakin memperkuat identitas pribadi dan komunitas. Keterlibatan ini juga memberi ruang bagi ekspresi diri, validasi, dan kebersamaan dalam komunitas. *Fandom* ini berdampak positif pada emosional dan psikologis penggemar, meningkatkan rasa percaya diri, empati, serta mengurangi stigma sosial.

**Kata Kunci:** *K-Pop*, *Fanboy*, Perilaku Komunikasi, Fenomenologi



## **ABSTRACT**

Name : Heinu Adiguna Ramadhan

NIM : 44521010049

Study Program : Digital Communication

Title Internship Report: *THE MEANING OF COMMUNICATION BEHAVIOR OF K-POP GIRL GROUP TWICE FANBOYS (A Phenomenological Study on Male 'ONCE' Fans in Jakarta)*

Counsellor : Mardhiyyah S.I.Kom, M.I.Kom

*K-Pop Girl Group TWICE has a fanbase known as ONCE. Fanboys, or male fans of ONCE, show their deep love for their idols. This creates patterns of thought and perceptions that often arise within the male fan community towards TWICE. This research aims to understand how male fans interpret the communication behaviors of K-Pop Idol TWICE, particularly in Jakarta.*

*This study uses a phenomenological method with a qualitative approach according to Alfred Schutz, which focuses on how phenomena begin with human senses and develop into meaningful actions. The main theory used is Schutz's Phenomenology, with the research subjects being ONCE TWICE fanboys who have been fans for at least one year.*

*The paradigm used is constructivism, which focuses on how individuals interpret social life and realize it through language. This paradigm is used to understand how fans of K-Pop girl group TWICE construct their meanings and experiences of K-Pop culture and how they communicate.*

*This study reveals the meanings and motives behind the communication behaviors of fanboys in the TWICE K-Pop fandom, which are rooted in three main motives: loyalty, emotional support, and self-fulfillment. Informants show their commitment through active participation in fandom activities such as voting, streaming, and purchasing merchandise, which further strengthens personal and community identity. This involvement also provides space for self-expression, validation, and togetherness within the community. This fandom has a positive impact on the emotional and psychological well-being of fans, enhancing self-confidence, empathy, and reducing social stigma.*

**Keywords:** *K-Pop, Fanboy, Qualitative, Phenomenology*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Akademis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis.....	12
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA .....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Kajian Teoritis .....	24
2.2.1 Perilaku Komunikasi.....	24
2.2.2 Teori Fenomenologi.....	27
2.2.3 K-Pop.....	29

2.2.4	Penggemar .....	30
2.2.5	Fanboy .....	32
2.2.6	ONCE.....	33
BAB III	.....	35
METODOLOGI PENELITIAN	.....	35
3.1	Paradigma Penelitian.....	35
3.2	Metode Penelitian.....	36
3.3	Subjek Penelitian.....	39
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.4.1	Data Primer.....	41
3.4.2	Data Sekunder.....	43
3.5	Teknik Analisis Data.....	44
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	46
BAB IV	.....	48
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	.....	48
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
4.2	Hasil Penelitian.....	51
4.2.1	Awal Mula Mengetahui TWICE dan Menjadi Fanboy ONCE.....	52
4.2.2	Motif dan Tujuan Menjadi Fanboy ONCE.....	58
4.2.3	Momen/Pengalaman Informan Saat Menjadi Fanboy ONCE.....	62
4.2.4	Makna TWICE Bagi Informan.....	67
4.2.5	Perilaku Komunikasi Informan.....	72
4.2.6	Makna Dari Perilaku Komunikasi Informan.....	87
4.3	Pembahasan.....	96
BAB V	.....	126
KESIMPULAN DAN SARAN	.....	126
5.1	Kesimpulan.....	126
5.2	Saran.....	128
5.2.1	Saran Akademis.....	128

5.2.2 Saran Praktis .....	129
DAFTAR PUSTAKA .....	130
LAMPIRAN.....	136



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Survei JakPat: Musik <i>K-Pop</i> Lebih Disukai Perempuan Ketimbang Laki-laki (Sumber: Survei JakPat: Musik <i>K-Pop</i> Lebih Disukai Perempuan Ketimbang Laki-laki (katadata.co.id) di akses pada 18 Juni 2024 Pukul 18.14).....	3
<b>Gambar 1.2</b> 20 Negara dengan Jumlah Fans <i>K-Pop</i> Terbanyak (Sumber: Deretan Negara dengan Fans <i>K-Pop</i> Terbanyak, Indonesia Nomor Satu - GoodStats di akses pada 18 Juni 2024 Pukul 18.16).....	4
<b>Gambar 1.3</b> Jumlah Penggemar TWICE oleh Aladin Music Tahun 2022 (Sumber: <i>These 27 K-Pop Girl Groups Have Massively Different Gender Ratios Of Fans Buying Their Albums - Koreaboo</i> di akses pada 18 Juni 2024 Pukul 18.21).....	7

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	19
Tabel 4. 1 Makna TWICE Bagi Informan .....	72
Tabel 4. 2 Makna dan Perilaku Komunikasi Informan .....	96

