



**PEMAKNAAN KOMUNIKASI DARING PENGGEMAR
K-POP BOYGROUP TREASURE MELALUI AKUN
MEDIA SOSIAL X AUTOBASE @treasuremenfess**
(Studi Fenomenologi pada Penggemar Treasure melalui autobase
@treasuremenfess)

SKRIPSI

Disusun Oleh :

Saridewita Duma Klara Sihotang

44221010036

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

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

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Saridewita Duma Klara Sihotang
NIM : 44221010036
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pemkanaan Komunikasi Daring Penggemar K-Pop
Boygroup Treasure Melalui Akun Media Sosial X Autobase
@treasuremenfess
(Studi Fenomenologi Pada Penggemar Treasure Melalui
Autobase @treasuremenfess)

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, 19 Februari 2025



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Saridewita Duma Klara S.

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Saridewita Duma Klara Sihotang
NIM : 44221010036
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pemanaan Komunikasi Daring Penggemar K-Pop
Boygrouop Treasure Melalui Akun Media Sosial X Autobase
@treasuremenfess
(Studi Fenomenologi Pada Penggemar Treasure Melalui
Autobase @treasuremenfess)

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.Ikom, M.Ikom

NIDN : 0314038802

Ketua Penguji : Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si

NIDN : 0316026801

Penguji Ahli : Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom

NIDN : 0316088503

Jakarta, 19 Februari 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Saridewita Duma Klara Sihotang
NIM : 44221010036
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pemanaan Komunikasi Daring Penggemar K-Pop
Boygrouop Treasure Melalui Akun Media Sosial X Autobase
@treasuremenfess
(Studi Fenomenologi Pada Penggemar Treasure Melalui
Autobase @treasuremenfess)

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 19 Februari 2025

Yang menyatakan,



(Saridewita Duma Klara S)

ABSTRAK

Nama : Saridewita Duma Klara Sihotang
NIM : 44221010036
Program Studi : Public Relations
Judul Skripsi : Pemaknaan Komunikasi Daring Penggemar K-Pop
Boygrouop Treasure Melalui Akun Media Sosial X Autobase
@Treasuremenfess
Pembimbing : Mardhiyyah, S.Ikom, M.Ikom

Komunikasi daring melalui media sosial menjadi sarana utama bagi komunitas untuk berinteraksi, termasuk bagi penggemar K-Pop di Indonesia. Salah satu platform yang menarik perhatian adalah autobase @treasuremenfess di media sosial X. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif para penggemar menggunakan autobase tersebut dan memahami pemaknaannya dalam konteks komunikasi daring.

Penelitian ini menggunakan pendekatan teori fenomenologi Alfred Schutz yang berfokus pada dua jenis motif, yaitu *because of motive* dan *in order to motive*. Selain itu, penelitian ini mengkaji teori komunikasi daring, media sosial, dan konsep pemaknaan untuk memahami lebih dalam bagaimana komunikasi yang terjadi di ruang digital membentuk pengalaman serta makna yang dirasakan oleh penggunanya.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan lima informan utama yang merupakan pengguna aktif autobase @treasuremenfess, observasi aktivitas di media sosial X, dan dokumentasi tambahan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan @treasuremenfess didorong oleh kebutuhan akan ruang komunikasi yang anonim, berbagi informasi, dan memperkuat solidaritas di antara penggemar. Bagi Treasure Maker, autobase ini memiliki makna sebagai sarana yang mendukung interaksi sosial, memberikan dukungan emosional, serta memungkinkan mereka memperoleh informasi terkini mengenai idola mereka.

Kata Kunci : *Komunikasi daring, Media Sosial X, Autobase, Fenomenologi*

ABSTRACT

Name : Saridewita Duma Klara Sihotang
NIM : 44221010036
Study Program : Public Relations
Tittle Internship Report : Interpretation of Online Communication of K-Pop
Boygrouop Treasure Fans Through Social Media
Account X Autobase @Treasuremenfess
Counsellor : Mardhiyyah, S.Ikom, M.Ikom

Online communication through social media has become the main means for communities to interact, including K-Pop fans in Indonesia. One platform that has attracted attention is the @treasuremenfess autobase on X social media. This study aims to determine the motives of fans using the autobase and understand its meaning in the context of online communication.

This research uses Alfred Schutz's phenomenological theory approach that focuses on two types of motives, namely because of motive and in order to motive. In addition, this study examines the theories of online communication, social media, and the concept of meaning to understand more deeply how communication that occurs in the digital space shapes the experiences and meanings felt by its users.

The research method used in this study is a qualitative research method with a phenomenological approach. Data were obtained through in-depth interviews with five main informants who are active users of @treasuremenfess autobase, observation of activities on social media X, and additional documentation.

The results show that the use of @treasuremenfess is driven by the need for an anonymous communication space, sharing information, and strengthening solidarity among fans. For Treasure Maker, this autobase has meaning as a tool that supports social interaction, provides emotional support, and allows them to obtain the latest information about their idols.

Keyword : *Online communication, Social Media X, Autobase, Phenomenology*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur Penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas seluruh curahan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan Skripsi yang berjudul “*Pemaknaan Komunikasi Daring Penggemar K-Pop Boygroup Treasure Melalui Akun Media Sosial X Autbase @Treasuremenfess*” ini tepat pada waktunya. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada program Public Relation Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam penyelesaian studi dan penelitian Skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Mardhiyyah, S.Ikom, M.Ikom selaku dosen pembimbing saya yang telah membimbing saya hingga akhir dan memberikan saran-saran berarti untuk penelitian skripsi saya.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Farid Hamid, M.Si., selaku Kepala Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi.
4. Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom selaku Sekertaris Bidang Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh Dosen Studi Public Relations Universitas Mercu Buana yang senantiasa membantu penulis selama penulis menempuh studi.
6. Staff TU Fikom yang telah membantu saya dalam pengurusan berkas-berkas selama masa perkuliahan hingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini
7. Kedua orang tua penulis, Senti Jelita dan Hisar, untuk mereka berduallah skripsi ini penulis persembahkan. Terima kasih atas segala kasih sayang yang diberikan dalam membesarkan serta mendoakan penulis selama ini sehingga penulis dapat terus berjuang dalam meraih mimpi dan cita-cita.

8. Para informan yang telah bersedia membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Sahabat penulis, Englina Kandioh yang bersedia mengantar jemput penulis menuju Perpustakaan Nasional agar penulis dapat melanjutkan penulisan skripsi ini dan menemani serta membantu penulis mencari buku yang dibutuhkan untuk penulisan penelitian ini.
10. Sahabat sejak kecil penulis, Angelica Maurent terima kasih karena sudah menjadi penasehat ulang nomor satu dan bersedia mendengar keluhan penulis selama penulisan penelitian ini.
11. Sahabat-sahabat penulis sejak SMP, Rachel Schulina, Agnes Veronica, Diouf Guevara terima kasih karena selalu menghibur dan menyemangati agar penulisan skripsi ini tidak terlalu dibuat menderita serta membuat penulis tetap dapat mengerjakan penelitian dengan nyaman.
12. Sahabat-sahabat sejak semester 3, Shendy Novianty, Putriana Herma Ningtyas, Chyntia Agustina Tambunan terima kasih atas kenangan indah bersama selama ini serta nasehat-nasehat yang diberikan agar penulis termotivasi, serta bantuan-bantuan yang diberikan satu sama lain hingga proses penulisan skripsi berjalan lancar.
13. Sahabat penulis sejak SMA, Muhammad Ihsan terima kasih karena selalu menghibur dan menyemangati penulis hingga akhir penulisan skripsi ini berjalan dengan lancar.
14. EXO dan Treasure, terima kasih karena sudah menjadi penyemangat serta penghibur penulis dan menjadi tempat penulis selalu beristirahat sementara jika penulisan sudah mulai terasa berat dengan menonton konten serta music video mereka.

Sebagai manusia biasa, Penulis menyadari penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan Ilmu Pengetahuan yang dimiliki Penulis. Oleh karenanya, atas kesalahan dan kekurangan dalam penulisan Skripsi ini, Penulis memohon maaf dan bersedia menerima kritikan yang dapat membangun.

Terakhir, Skripsi ini saya kerjakan dengan sungguh-sungguh dan kerja keras dan penulis berharap Skripsi ini memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Jakarta, 24 Januari 2025

Penulis

Saridewita Duma Klara Sihotang

44221010036



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Akademis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Kajian Teori.....	22
2.2.1 Fenomenologi	22
2.2.2 Pemaknaan	23
2.2.3 Motif	24
2.2.4 Komunikasi Daring.....	25
2.2.5 Media Baru.....	28
2.2.6 Media Sosial.....	29
2.2.7 Media Sosial X.....	31
2.2.8 Korean Pop (K-Pop)	34

2.2.9 Penggemar.....	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Paradigma Penelitian	38
3.2 Metode Penelitian	38
3.3 Subjek Penelitian	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data	40
1. Data Primer	40
2. Data Sekunder.....	41
3.5 Teknik Analisis Data	41
3.6 Teknik Keabsahan Data	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
4.1.1 Media Sosial X.....	44
4.1.2 Autobase @treasuremenfess	47
4.1.3 Treasure Maker	49
4.1.4 Profile Treasure	50
4.1.5 Identitas Informan	51
4.2 Hasil Penelitian	56
4.2.1 Motif Treasure Maker Menyukai Treasure	56
4.2.2 Motif Treasure Maker Memilih Sosial Media X Sebagai Media Komunikasi Daring	63
4.2.3 Motif Treasure Maker Indonesia melakukan komunikasi melalui akun autobase @treasuremenfess	67
4.2.4 Komunikasi Treasure Maker melalui @treasuremenfess	71
4.2.5 Pengalaman Komunikasi yang Dilakukan Treasure Maker Melalui @treasuremenfess	83
4.2.6 Pemaknaan @treasuremenfess Bagi Treasure Maker	88
4.3 Pembahasan.....	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	111
5.1 Kesimpulan	111
5.2 Saran	114

5.2.1. Saran Akademis	114
5.2.2. Saran Praktis	114
DAFTAR PUSTAKA.....	116
LAMPIRAN.....	120



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Contoh Pengiriman Tweet Melalui Autobase.....	3
Gambar 1.2 Akun Pertama Yang Menggunakan Sistem Autobase @Ssefnum.....	4
Gambar 1.3 Data Dari Laporan X Blog “Artis K-Pop Yang Paling Banyak Dibicarakan Di Twitter (Indonesia).....	5
Gambar 1.6 Akun Autobase @Treasuremenfess.....	6
Gambar 2.1 Data Statistik Penggunaan Media Sosial Di Indonesia Periode Tahun 2023, Diakses Pada 29 Juli 2024	32



DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 Akun Autobase Yang Ada Dimedia Sosial X.....	8
SUMBER : Media Sosial X Autobase Yang Diakses Pada 9 Juli 2024.....	8
TABEL 2.1 Penelitian Terdahulu	21
4.2.1 Motif Treasure Maker Menyukai Treasure	63
4.2.2 Motif Treasure Maker Memilih Media Sosial X Sebagai Media Komunikasi Daring.....	67
4.2.3 Motif Treasure Maker Indonesia Melakukan Komunikasi Melalui Autobase @Treasuremenfess	71
4.2.4 Komunikasi Treasure Maker Melalui @Treasuremenfess	82
4.2.5 Pengalaman Komunikasi Yang Dilakukan Treasure Maker Melalui @Treasuremenfess	88
4.2.6 Pemaknaan @Treasuremenfess Bagi Treasure Maker	93

UNIVERSITAS
MERCU BUANA