

PENGARUH INTENSITAS KONSUMSI KONTEN CERITA FIKSI PENGGEMAR YAOI (BxB) SUBGENRE *ALTERNATIVE UNIVERSE* (AU), FANATISME *REAL-PERSON SLASH SHIPPER* (RPS), DAN ANONIMITAS TERHADAP PERILAKU AGRESI VERBAL TERHADAP HUANG RENJUN DALAM FANDOM K-POP NCTZEN-DREAM (DREAMZEN) DI MEDIA SOSIAL X (TWITTER)

Rachel Aina Tsurayya, Wiwid Noor Rakhmad

Email: rachel.aina14@gmail.com

Departemen Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro, Semarang

Jl. Prof. H. Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269

Telepon (024) 7465407 Faksimile (024) 7465405

Laman: <https://fisip.undip.ac.id> | email: fisip@undip.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh intensitas konsumsi fiksi penggemar *Alternative Universe* (AU), fanatisme *shipper* (*real person slash/RPS*), dan anonimitas dalam fandom NCTzen-Dream (Dreamzen) terhadap perilaku agresi verbal terhadap Huang Renjun di X (Twitter). Partisipan penelitian ini adalah 113 Dreamzen yang termasuk ke dalam subgolongan *shipper*. Menggunakan metode kuantitatif dengan Cultivation Theory sebagai landasan penelitian, penelitian ini menemukan bahwa intensitas konsumsi fiksi penggemar *Alternative Universe* (AU) BxB dan fanatisme *shipper* memengaruhi perilaku agresi verbal terhadap Huang Renjun secara langsung tanpa adanya faktor moderasi dari Anonimitas. Temuan ini mengindikasikan bahwa hipotesis tidak sepenuhnya diterima, dan Cultivation Theory hanya mampu menjelaskan setidaknya separuh dari keseluruhan fenomena yang ada.

Kata Kunci: *fiksi penggemar, fanatisme, fandom, shipper (RPS), agresi verbal.*

HOW INTENSITY OF ALTERNATIVE UNIVERSE-YAOI FANFICTION CONSUMPTION, SHIPPER FANATICISM, AND ANONYMITY ON NCTZEN-DREAM (DREAMZEN) FANDOM AFFECT VERBAL AGGRESSION TOWARD HUANG RENJUN ON X (TWITTER)

Abstract: This study aims to analyse the influence of intense AU fan fiction consumption, real person slash shipper fanaticism, and the role of anonymity on verbal aggression toward Huang Renjun on X (Twitter). The participants of this study are 113 Dreamzens who identified themselves as shippers. Using quantitative research with Cultivation Theory as the foundation of this research, the results show that the intensity of BxB AU consumption and shipper fanaticism alone have a significant influence on verbal aggression toward Huang Renjun, without anonymity moderating the relations between variables. These findings suggest that the hypothesis was not fully supported, and that Cultivation Theory could only partially explain the phenomenon under study.

Keywords: *fan fiction, fanaticism, fandom, shipper (RPS), verbal aggression*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan internet akibat globalisasi membuat dunia menjadi borderless, sehingga interaksi yang sebelumnya sulit kini dapat dilakukan dengan mudah (Andryawan & Hartanti, 2022). Hal ini menjadi salah satu keuntungan terbesar bagi semua orang untuk menghemat waktu dan tenaga dalam bersosialisasi. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi juga memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan dan kemajuan peradaban manusia (Charda et al., 2024). Tidak hanya itu, perkembangan internet juga menciptakan ruang baru yang tidak hanya menjadi sarana komunikasi dan sosialisasi biasa, tetapi juga sebagai wadah untuk membentuk komunitas dan identitas bayangan, yaitu media sosial.

Dalam konteks budaya kontemporer, fenomena yang paling menonjol terlihat dari perkembangan media sosial ini adalah munculnya fandom, yang secara literal berarti kelompok penggemar. Seperti yang dikatakan Jenkins (1992; dalam Duffett, 2013), perkembangan internet membawa fandom bergerak dari kelompok dengan antusias yang besar, menjadi fenomena sosiokultural yang berfokus pada produksi serta konsumsi media. Penggemar tidak hanya memanfaatkan, tetapi juga mengikuti perkembangan internet untuk membangun

kehidupan alternatif sebagai ruang sosial mereka membangun identitas, solidaritas, dan relasi dengan sesama anggota hanya untuk memberikan dukungan kepada idolanya. Salah satu fenomena fandom yang paling menjadi pusat perhatian adalah fandom K-Pop.

Hal ini terjadi sebagai dampak positif dari pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, yaitu mengumpulkan orang-orang dari berbagai belahan dunia dengan kesamaan minat, kepercayaan, dan kesukaan (Alejandro, 2021). Selain loyal, fandom K-Pop juga kreatif. Anggota fandom membuat karya seni seperti fiksi penggemar (fanfiction) dan gambar (fanart) dengan idola mereka sebagai muse atau inspirasi mereka sebagai bentuk apresiasi untuk kemudian dibagikan kepada sesama anggota fandom dan dinikmati bersama. Merawati (2016; Komariyah, dkk. 2022) mendefinisikan fanfiction atau fiksi penggemar sebagai karya yang dibuat oleh penggemar sebagai ruang yang aman bagi mereka bertemu idolanya dan dibuat seolah-olah seperti di dunia nyata yang sulit sekali terjadi.

Uniknya, fiksi penggemar dalam fandom K-Pop memiliki keterkaitan kuat dengan budaya *shipping* atau memasang-masangkan kedua tokoh atau idola sebagai pasangan. Sebutan '*shipping*' sendiri

diambil dari kata ‘*ship*’ dalam *relationship*, yang artinya hubungan. Secara umum, agenda shipping ini merujuk pada keinginan atau khayalan penggemar terhadap dua atau lebih idolanya untuk memiliki hubungan, entah itu artis (dalam artian manusia hidup), maupun karakter fiksi dari novel, manga, atau anime (Sedlmeir, 2024). Kegiatan shipping ini diadaptasi dari konsep yaoi yang populer di Jepang, kemudian menjadi satu budaya “coupling” (커플링, keo-peul-ling) memang diciptakan untuk membuat cerita romantis antara dua karakter, atau dua orang selebritas tanpa terpaku pada seksualitas dari pasangan ship maupun shipper atau orang-orang yang melakukan agenda shipping (Baudinette, 2023).

Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi ruang interaksi, tetapi juga ruang representasi yang sarat akan makna. Didukung dengan intensitas penggunaan serta paparan konten terus-menerus, secara halus media sosial berperan dalam membentuk persepsi penggunanya. Intensitas konsumsi konten fiksi penggemar dan konten yang mengacu pada agenda shipping dapat memengaruhi persepsi penggemar terhadap idola mereka sendiri karena mereka tidak menyadari bahwa shipping adalah konstruksi fiksi yang hanya berlaku di realitas alternatif

penggemar, bukan realitas asli kehidupan sosial. Intensitas konsumsi konten fiksi penggemar dan agenda *shipping* yang tidak terkontrol berpotensi meningkatkan konflik antar penggemar, hingga tereskalasi menjadi agresi verbal. Fenomena ini dapat diamati dalam kasus ujaran kebencian terhadap Renjun, salah satu anggota NCT Dream.

Sejak 2019, Renjun kerap menerima hujatan, baik terkait narasi fiksi yang berkembang dalam komunitas shipper maupun penampilan fisiknya. Hingga tahun 2025, tercatat 127 ujaran kebencian yang dilaporkan oleh penggemarnya, jumlah tertinggi dibandingkan enam anggota lainnya. Fenomena ini bertentangan dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, khususnya Pasal 27A mengenai penghinaan dan Pasal 28 Ayat 2 mengenai penyebaran kebencian atau permusuhan.

Sudah banyak penelitian yang membahas mengenai anonimitas dan fanatisme, seperti penelitian oleh Shabira dan Lestari (2024) yang menyoroti peran mediasi online disinhibition effect (anonimitas) dalam pengaruh fanatisme terhadap agresi verbal. Studi ini menemukan adanya efek langsung maupun tidak langsung dari fanatisme terhadap agresi verbal dalam komunitas fandom ARMY Bogor Project dengan

mediasi online disinhibition. Penelitian serupa dilakukan oleh Febriany dkk. (2022) dalam konteks komunitas K-Pop yang lebih umum. Selain itu, Putri dkk. (2024) meneliti pengaruh paparan konten TikTok Pandawara terhadap perilaku sadar lingkungan secara kognitif, afektif, dan konatif. Namun, ketiga penelitian tersebut belum secara spesifik membahas hubungan antara intensitas konsumsi media dan fanatisme serta pengaruhnya terhadap agresi verbal dengan anonimitas sebagai moderator.

Berdasarkan kesenjangan antara realita dan harapan tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh intensitas konsumsi konten fanfiction AU, fanatisme real-person slash shipper, dan anonimitas terhadap ujaran kebencian (agresi verbal) terhadap Huang Renjun di media sosial X (Twitter).

METODE

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuantitatif eksplanatori dengan sampel sebesar 113 Dreamzen rentang usia 15-40 tahun berdasarkan kriteria minimal menggunakan media sosial X (Twitter). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling yang menggunakan kriteria khusus dalam pengambilan sampelnya, yaitu Dreamzen yang juga termasuk ke

dalam sub-komunitas shipper. Data didapatkan dari hasil kuesioner yang telah diolah dan kemudian dianalisis dengan teknik analisis regresi moderasi (MRA) yang dihitung menggunakan SPSS.

Hipotesis

Penelitian ini menguji 2 Hipotesis utama, yaitu:

H1: Intensitas konsumsi konten AU BxB (X1) dan fanatisme RPS (X2) memiliki pengaruh terhadap perilaku agresi verbal terhadap Huang Renjun (Y) tanpa dimoderasi oleh anonimitas (M).

H2: Intensitas konsumsi konten AU BxB (X1) dan fanatisme RPS (X2) dimoderasi anonimitas (M) memiliki pengaruh terhadap perilaku agresi verbal terhadap Huang Renjun (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengambil total 125 sampel dengan 113 sampel valid yang dapat diujikan menggunakan analisis regresi moderasi (MRA). Dari ke-113 responden, mayoritas menggunakan *fan account* dalam bermain media sosial (46,9%), perempuan (62%), memilih Mark sebagai member favoritnya di NCT Dream (19,1%) dan Markhyuck (20,6%) sebagai pasangan *ship* favorit.

Hasil Penelitian

Uji hipotesis dilakukan dengan beberapa tahap, yaitu menggunakan uji F, uji t (Parsial), koefisien regresi, dan koefisien determinasi. Hasil pengujian hipotesis ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 1. Hasil Uji F (ANOVA)

Model	F	Sig.	Keterangan
1	18,986	0,000	Signifikan
2	11,637	0,000	Signifikan

Pada model 1, nilai F sebesar 18,986 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), menunjukkan bahwa variabel X1 dan X2 secara simultan tanpa adanya interaksi moderasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Y. Kemudian, model 2 tetap menunjukkan signifikansi setelah dimasukkan variabel interaksi moderasi, dengan nilai F yang berkurang cukup banyak, yaitu 11,637 dengan signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa baik model 1 tanpa moderasi dan model 2 dengan interaksi moderasi, keduanya sama-sama dapat menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Kemudian, uji t (parsial) pada setiap variabel memiliki pengaruh terhadap

variabel dependen sebagai berikut.

Tabel 2. Hasil Uji t (Parsial) Model 1

Variabel	t	Sig.	Keterangan
X1	-1,969	0,041	Signifikan

X2	7,129	0,000	Signifikan
Z	0,111	0,912	Tidak

Model 1 merupakan model analisis tanpa adanya interaksi moderasi. Berdasarkan tabel tersebut, ada beberapa hal yang dapat disimpulkan. **Pertama**, variabel intensitas konsumsi konten AU BxB memiliki nilai signifikansi sebesar 0,041 ($p\text{-value} < 0,05$) dengan nilai t sebesar -1,969, menunjukkan bahwa variabel ini berpengaruh negatif signifikan terhadap variabel perilaku agresi verbal terhadap Huang Renjun.

Kedua, variabel fanatisme *real person slash shipper* (RPS) memiliki nilai signifikasnsi sebesar 0,000 ($< 0,05$) dengan nilai t sebesar 7,129, menunjukkan variabel ini memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel perilaku agresi verbal terhadap Huang Renjun.

Ketiga, variabel anonimitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,912 ($> 0,05$) sehingga dinyatakan tidak signifikan.

Tabel 3. Hasil Uji t (Parsial) Model 2

Variabel	t	Sig.
Keterangan X1	-0,517	0,606
	Tdk Sig.	

X2	2,074	0,041	Signifikan
Z	-0,879	0,381	Tdk Sig.
X1*Z	-0,265	0,791	Tdk Sig.
X2*Z	-1,209	0,229	Tdk Sig.

Model 2 menguji efek interaksi dari variabel moderasi. Berdasarkan tabel tersebut, ada beberapa yang dapat disimpulkan. **Pertama**, variabel intensitas konsumsi konten AU BxB memiliki signifikansi sebesar 0,606 ($> 0,05$) dengan nilai t sebesar -0,517 menunjukkan perubahan pengaruh terhadap variabel agresi verbal terhadap Huang Renjun setelah dipengaruhi moderasi, dari signifikan menjadi tidak signifikan.

Kedua, variabel fanatisme RPS memiliki signifikansi sebesar 0,041 ($< 0,05$) dengan nilai t sebesar 2,074. Hal ini menunjukkan bahwa variabel fanatisme RPS tetap memiliki pengaruh terhadap variabel agresi verbal terhadap Huang Renjun setelah dikenai moderasi, tetapi besaran pengaruhnya berkurang cukup drastis, yaitu dari 7,129 hingga 2,074.

Ketiga, variabel Anonimitas setelah dikenai moderasi tetap tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Agresi verbal terhadap Huang Renjun, dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,791 ($> 0,05$).

Keempat, interaksi antara variabel Intensitas konsumsi AU BxB dengan variabel moderasi Anonimitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,791 ($> 0,05$)

dengan nilai t sebesar -0,265. Hal ini menunjukkan bahwa interaksi antara X1 dan Z tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Y. Variabel Anonimitas (Z) tidak memoderasi hubungan X1 dan Y.

Kelima, sama seperti hasil sebelumnya, interaksi antara variabel Fanatisme RPS dengan variabel moderasi Anonimitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,229 ($> 0,05$) dengan nilai t sebesar -1,209, sehingga dapat disampaikan bahwa Anonimitas (Z) juga tidak memoderasi hubungan X2 dan Y.

Secara garis besar, penelitian ini hanya dapat menjelaskan 34,5% variasi dari keseluruhan fenomena yang diteliti. Masih ada 65,5% variasi lainnya yang memengaruhi adanya agresi verbal terhadap Huang Renjun di media sosial X (Twittet). Dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini memiliki variasi relatif rendah sehingga masih membutuhkan penelitian lanjutan dengan variabel tambahan.

Analisis regresi linear moderasi dilakukan untuk melihat pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen dengan rumus persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Z + \beta_4 X_1 Z + \beta_5 X_2 Z + \epsilon$$

Berikut merupakan hasil analisis regresi linear moderasi yang telah diuji menggunakan SPSS.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Moderasi

Model 1			
Variabel	β	Sig.	Keterangan
X1	-0,298	0,041	Signifikan
X2	1,258	0,000	Signifikan
Z	0,054	0,912	Tidak

Hasil pada tabel menunjukkan hasil analisis regresi tanpa efek moderasi. Terdapat beberapa beberapa hal yang dapat disimpulkan. **Pertama**, variabel Intensitas konsumsi konten AU BxB memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap variabel Agresi verbal terhadap Huang Renjun ($\beta = -0,298$, $p\text{-value} < 0,05$). Artinya, semakin tinggi intensitas konsumsi konten AU BxB, semakin rendah agresi verbal yang terjadi kepada Huang Renjun di X (Twitter).

Kedua, variabel Fanatisme RPS memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel Agresi verbal terhadap Huang Renjun ($\beta = 1,258$, $p\text{-value} < 0,05$). Dapat diartikan bahwa semakin tinggi fanatisme, semakin tinggi pula tingkat agresivitas verbal terhadap Huang Renjun di X (Twitter).

Ketiga, variabel Anonimitas secara statistik memang tidak memenuhi syarat

signifikansi, sehingga dinyatakan tidak memiliki pengaruh terhadap variabel Agresi verbal terhadap Huang Renjun ($p\text{-value} > 0,05$).

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Moderasi Model 2

Variabel	β	Sig.	Keterangan
X1	-0,557	0,606	Tdk Sig.
X2	2,996	0,041	Signifikan
Z	2,666	0,381	Tdk Sig.
X1*Z	-0,044	0,791	Tdk Sig.
X2*Z	-0,255	0,229	Tdk Sig.

Tabel menunjukkan hasil analisis regresi moderasi dengan efek interaksi moderasi. Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan beberapa hal. **Pertama**, pengaruh signifikansi variabel Intensitas konsumsi konten AU BxB menghilang setelah dikenai efek moderasi Anonimitas ($\beta = -0,557$, $p\text{-value} > 0,05$).

Kedua, tidak ada variabel interaksi yang memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Agresi verbal terhadap Huang Renjun ($p\text{-value} > 0,05$). Artinya, variabel Anonimitas tidak bekerja sebagai moderator dalam penelitian ini.

Ketiga, variabel fanatisme *real-person slash shipper* (RPS) merupakan satu-satunya variabel yang konsisten

berpengaruh positif signifikan terhadap agresi verbal terhadap Huang Renjun, baik sebelum maupun setelah dimasukkan moderasi ($\beta = 1,258$, $p\text{-value} < 0,05$ pada Model 1; $\beta = 2,996$, $p\text{-value} < 0,05$ pada Model 2). Namun, variabel interaksi antara fanatisme RPS dan anonimitas tidak signifikan ($p > 0,05$), sehingga tidak terdapat bukti statistik bahwa anonimitas memperkuat pengaruh fanatisme RPS terhadap agresi verbal.

Temuan penelitian akan dibahas lebih lanjut pada subjudul Pembahasan Penelitian sebagai berikut.

Pembahasan Penelitian

Analisis regresi untuk pengujian hipotesis 1 (H1) menunjukkan bahwa intensitas konsumsi konten fiksi penggemar “yaoi (BxB)” subgenre alternative universe (AU BxB) berpengaruh negatif signifikan terhadap agresi verbal terhadap Huang Renjun di media sosial X ($\beta = -0,298$; $p < 0,05$). Sebaliknya, fanatisme real-person slash shipper (RPS) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap agresi verbal ($\beta = 1,258$; $p < 0,05$). Artinya, semakin sering seseorang terpapar konten AU BxB, semakin rendah kecenderungan agresi verbal, sementara semakin fanatik seseorang terhadap pasangan ship yang disukai, semakin tinggi agresi verbal yang ditunjukkan.

Hasil ini hanya sebagian sesuai dengan asumsi cultivation theory, yang menyatakan bahwa intensitas konsumsi media akan membentuk persepsi dan perilaku jangka panjang. Dalam penelitian ini, teori tersebut terbukti pada fanatisme RPS, di mana ikatan emosional dengan pasangan ship memicu agresi verbal ketika persepsi yang dimiliki terganggu. Namun, pada variabel AU BxB, hasil berlawanan dengan prediksi teori, menunjukkan bahwa konsumsi konten fanfiksi AU BxB tidak meningkatkan agresi verbal.

Jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, temuan ini sebagian sejalan dengan Asikin dan Firmanto (2024) terkait pengaruh positif fanatisme terhadap agresi, tetapi berlawanan dengan Febriany dkk. (2022), di mana fanatisme memiliki pengaruh negatif. Hal ini menegaskan bahwa konteks fandom spesifik memengaruhi perilaku penggemar. Berdasarkan hasil ini, hipotesis pertama (H1) diterima.

Kemudian, analisis hipotesis kedua (H2) menunjukkan bahwa secara simultan, intensitas konsumsi konten AU BxB, fanatisme RPS, dan anonimitas berpengaruh terhadap agresi verbal terhadap Huang Renjun di Twitter. Namun, secara individual, variabel anonimitas tidak signifikan, sehingga tidak memoderasi

hubungan antara variabel independen dan agresi verbal. Interaksi moderasi antara intensitas konsumsi atau fanatisme dengan anonimitas juga tidak signifikan secara statistik, sehingga hipotesis H2 ditolak.

Temuan ini menunjukkan bahwa agresi verbal lebih dipengaruhi oleh intensitas konsumsi AU BxB dan fanatisme RPS, tanpa pengaruh moderasi dari anonimitas. Dengan kata lain, meskipun responden berinteraksi secara anonim di media sosial, keterikatan emosional dan intensitas konsumsi konten tetap menjadi faktor utama perilaku agresif. Hasil ini menunjukkan bahwa peran anonimitas sebagai moderator tidak terbukti dalam konteks fandom yang diteliti, berbeda dengan asumsi awal teori.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan interpretasi uji regresi, dapat ditarik beberapa kesimpulan utama:

1. Secara simultan, intensitas konsumsi konten fiksi penggemar “yaoi (BxB)” subgenre *alternative universe*, fanatisme RPS, dan anonimitas secara simultan memengaruhi perilaku agresi verbal terhadap Huang Renjun di X (Twitter).
2. Secara individual, intensitas konsumsi konten AU BxB memiliki

pengaruh negatif terhadap agresi verbal, sedangkan fanatisme RPS berpengaruh positif, menunjukkan bahwa semakin rendah intensitas konsumsi dan semakin tinggi fanatisme, agresi verbal meningkat.

3. Anonimitas tidak bekerja sebagai moderator, bahkan cenderung melemahkan intensitas konsumsi fiksi penggemar dan fanatisme RPS, walaupun fanatisme RPS masih memiliki pengaruh positif setelah terkena moderasi.

Temuan ini menunjukkan adanya indikasi keterlibatan emosional dan intensitas konsumsi media (*media consumption*) pada narasi fiksi berperan dalam membentuk persepsi (fanatisme *Real-Person Slash Shipper*) serta ekspresi negatif (perilaku agresi verbal) terhadap orang lain (Huang Renjun), khususnya dalam interaksi di ruang siber.

DAFTAR PUSTAKA

- Alejandro, L. M. (2021). *Diving Into The Waves Of Fan Fiction: K-Pop Girl Group Fandom And Queer Empowerment Through User-Generated Literature*. <https://Ssrn.Com/Abstract=3782276>
- Andryawan, & Hartanti, O. P. (2022). *Sosialisasi Penggunaan Media Sosial Secara Bijak Di Sma Yadika I Jakarta Barat*. Seminar Nasional Ke-IV Universitas Tarumanegara

- Tahun 2022 (Serina Iv Untar 2022) Pemberdayaan Dan Perlindungan Konsumen Di Era Ekonomi Digital. (Pp. 1147-1154)
- Baudinette, T. (2023). Idol Shipping Culture. In *The Cambridge Companion To K-Pop* (Pp. 249–264). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108938075.020>
- Charda, U. S., Nurcahyani, S., Herawati, T., Diaz Adhyaksa, G., & Subang, U. (2024). Penyuluhan Berkomunikasi Bijak Melalui Media Sosial. *Jurnal Medika: Medika*, 3(2).
- Duffett, M. (2013). Understanding Fandom: An Introduction To The Study Of Media Fan Culture. Bloomsbury Academic.
- Febriany, S. F., Santi, D. E., Ananta, A., & Psikologi, F. (2022b). *Inner: Journal Of Psychological Research Agresi Verbal Di Media Sosial Pada Remaja Penggemar K-Pop: Bagaimana Peranan Fanatisme?* 1(4).
- Jenkins, H. (1992). Textual Poachers: Television Fans And Participatory Culture. Routledge.
- Komariyah, E., Rnm, M., Tibia, D., & Rachmani, N. (2022). Pengaruh Fiksi Penggemar: Alternative Universe (Au) Dalam Meningkatkan Minat Baca Remaja Indonesia (Studi Kasus Pembaca Alternative Universe Pada Fandom Treasure Makers). *Dialektika: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 9(1), 37–55.
- Merawati, F. (2016). Analisis Wacana Fiksi Penggemar Dan Dampaknya Terhadap Pengakuan Status Dalam Sastra Indonesia. *The 4th University Research Colloquium*, 125–133. www.fansfiction.net
- Sedlmeir, S. (2024). *Love, Fantasy, And Profit: The Utilization Of Shipping And Boys Love As A Strategic Marketing Tool In The K-Pop Industry*. Institute For Cultural Management And Media Master's Program In Cultural And Music Management Love, Fantasy, And Profit: The Utilizati. <https://doi.org/10.13140/Rg.2.2.28967.15521>
- Shabira, A. M., & Lestari, A. F. (2024). Peran Mediasi Online Disinhibition Effect Dalam Pengaruh Fanatisme Terhadap Agresif Verbal (Studi Pada Komunitas Army Bogor Project). 1, 66–81.
- Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik.
- Wijonarko, D., Ramdhani, M., & Arindawati, W. (2024). Pengaruh Konten Tiktok @Pandawaragroup Terhadap Perilaku Menjaga Kebersihan Lingkungan. *Jkomdis : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 4(1), 129–134. <https://doi.org/10.47233/Jkomdis.V4i1.1476>