

PEMANFAATAN MEDIA BARU DALAM PENGGUNAAN ALTER EGO BAGI PENGGEMAR KOREAN POP (KPOP)

Rahman Gunawan¹, Cindy Christa Kharisma Reigen²

^{1,2}Jurusan Ilmu Komunikasi Korporat Fakultas Falsafah & Peradaban
Universitas Paramadina

Email: rahman.gunawan@students.paramadina.ac.id¹,
cindy.reigen@students.paramadina.ac.id²

ABSTRACT

The development of technology and information nowadays is very fast, especially in communication. The use of social media is increasingly mushrooming not only to interact and communicate but also to use social media as a manifestation of other personalities, one of which is what Korean pop (Kpop) fans do. They create a small community with fellow Korean pop idol group (Kpop) fans then use another name or the alter ego of each idol character he idolizes where they can mingle, communicate and even wage war between fans without knowing each other's real personal data because utilize new mediato interact with each other. The purpose of this study is to conduct content analysis in what happens to the use of ego- counter accounts via the Twitter social media platform. In addition, the research method used is a descriptive qualitative approach, namely the analysis is carried out by interpreting messages or tweets on the Twitter platform by the alter ego account.

Keywords: *Kpop, Alter Ego, Twitter, Social Media*

I. Pendahuluan

Komunikasi adalah sebuah kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk bisa saling memahami dan mengerti suatu pesan antara komunikator dan komunikan yang diakhiri suatu hasil yang disebut efek komunikasi. Teknologi telekomunikasi menjadi hal yang paling dicari untuk mengirimkan informasi ataupun berita, Semakin berkembangnya teknologi semakin mudah, murah, efektif dan efisien penggunaannya.

Menurut Mc Quail (2010:148) Media baru adalah sebuah perangkat komunikasi yang berbagi dengan ciri yang sama, selain baru, dimungkinkan dengan adanya digitalisasi dan ketersediaan yang luas untuk sebuah penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. Meskipun komunikasi online merupakan bentuk komunikasi tanpa tatap muka dan hanya menggunakan teks, namun penggunan masih bisa menyampaikan berbagai emosi dari kebahagiaan dan kasih sayang, kemarahan dan permusuhan

dengan penggunaan berbagai macam emoticon dan teknik pemformatan (Dewa & Love, 1987).

Eksistensi dari sebuah media baru membawa berbagai dampak untuk lapisan masyarakat baik dampak positif akibat keunggulan dan kemudahan penggunaannya juga sisi negatif akibat konten konten yang tidak dan belum dapat terfilterasi dengan baik. Bahkan dewasa ini manusia pun seakan ketergantungan dari penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Tidak seperti media yang memiliki tanggung jawab menghasilkan konten yang objektif, sosial media justru menjadi ajang popularitas.

Penelitian sebelumnya melihat bagaimana akun anonim di sosial media Instagram dan bertujuan untuk melihat serta menganalisis akun anonim Instagram. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah use and gratification, yang memandang audiens sebagai individu yang aktif dalam mencari media untuk dikonsumsi dengan mempertimbangkan kepuasan

yang akan didapat setelah mengkonsumsi. Penelitian sebelumnya menggunakan metode konstruktivis kualitatif dengan analisis wacana berupa observasi terhadap akun anonim.

Adapun tujuan penelitian ini untuk melakukan content analysis (analisis isi) yang terjadi pada penggunaan akun beralter ego melalui platform media sosial Twitter khususnya. Selain itu metode penelitian yang digunakan adalah melalui pendekatan kualitatif deskriptif yaitu analisis dilakukan dengan cara memaknai pesan pemilik akun alter ego di dalam platform Twitter yang kemudian penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi dan didasari teori budaya populer.

Konsep Diri dan Identitas Sosial

Konsep diri merupakan pandangan individu terhadap siapa individu, bagaimana perasaan individu tentang dirinya juga bagaimana sikap individu terbentuk sesuai keinginannya, dan dapat terbentuk juga dari pandangan orang lain yang disampaikan kepada individu tersebut. Banyak faktor-faktor yang dapat mempengaruhi terbentuknya konsep diri seseorang. Bisa melalui orang terdekat seperti keluarga, teman, juga lingkungan dimanaseseorang itu tinggal.

Kelompok rujukan (reference group) merupakan orang-orang yang berada disekitar lingkungan individu misalnya guru, teman-teman, masyarakat dan lain sebagainya. Dengan adanya kelompok rujukan ini, individu akan meniru perilaku yang ada dalam kelompok rujukan tersebut.

Jadi, bisa dikatakan kelompok rujukan juga ikut mengarahkan perilaku dan jugatindakan individu. Konsep diri seseorang tentu akan berbeda – beda tergantung bagaimana cara seseorang

itu memandang dirinya juga perasaan yang ia miliki tentang dirinya sebagai seorang individu yang memang terbentuk dari pengalaman dan lingkungan di masyarakat. Begitu juga konsep diri dari

pemilik akun Alter ego bagi kalangan penggemar KPOP dapat terbentuk dari cara mereka memandang tentang dirinya, perasaan tentang dirinya, dan pengalaman yang mereka alami. Akun Alter, merupakan sebuah akun yang berisikan tentang kegiatan keseharian seseorang, namun penggunaannya memakai nama samaran dan tidak memperlihatkan wajahnya.

Alter ego adalah sebuah identitas atau karakter yang merupakan bentukan dari seseorang dalam dirinya secara sadar. Karakter tersebut sering kali merupakan gambaran ideal tentang dirinya yang tidak bisa ia realisasikan. Daripada hanya mengidam-idamkannya, ia lalu ‘menghidupkan’ karakter tersebut ke dalam dunia nyata. Tak sedikit yang menggunakan alter ego ciptaannya untuk membantunya lebih berani menghadapi dunia.

Beberapa orang lain juga mengatakan memiliki karakter buatan ini juga sebuah cara untuk menyembunyikan sisi yang ingin mereka sembunyikan dari orang lain. Namun, memiliki karakter lain ini tidak sama dengan memiliki kepribadian ganda.

Alter ego dalam hal ini bukanlah sebuah penyakit seperti yang dijelaskan pada ilmu psikologi. Alter ego dalam Twitter merupakan sebuah akun yang menggunakan identitas berbeda dan perilaku yang berbeda. Para akun alter bebas memilih dirinya ingin seperti apa di Twitter, apa yang ingin mereka tampilkan dengan tujuan yang tentunya berbeda-beda. Di tahun 2012, di media sosial Twitter juga terkenal dengan istilah *roleplayers*. *Roleplayers* ini merupakan salah satu media yang

kebanyakan penggunaan yaitu penggemar K-Pop (Korean Pop). Penggemar K-Pop ini berperan sebagai idolanya yang mereka sukai, berimprovisasi sesuai dengan keinginan mereka sendiri dengan tetap

menjaga nama baik idola mereka. Bermain roleplayers di media sosial Twitter juga sama halnya dengan bermain film atau drama. Pelakunya harus memahami betul karakter yang mereka perankan. Banyak istilah yang ada didalam dunia Roleplayers.

Begitupun akun alter ini membuat akun di Twitter dengan identitas yang berbeda yaitu untuk menunjukkan diri mereka yang lain. Identitas seseorang di media sosial memiliki dua kemungkinan, yaitu bisa jadi sama atau bisa jadi berbeda identitas dengan diri dia yang sebenarnya. Tidak hanya itu, seseorang tidak hanya memiliki satu identitas semata, tetapi bisa memiliki identitas yang beragam dengan karakteristik yang berbeda-beda pula di media sosial.

Analisis dilakukan pada jurnal Fan War Fans K-Pop dan Keterlibatan Penggemar dalam Media Sosial Instagram cara memaknai pesan yang disampaikan dalam medium Instagram pada kolom komentar oleh penggemar K-Pop dari kedua grup tersebut yang kemudian dikaitkan dengan data-data dan teori yang berkaitan dengan identitas, verifikasi diri, eksistensi, perilaku agresif dan fanatisme. Fan war antar fandom sebagai salah satu wujud perilaku agresif yang didorong oleh fanatisme merupakan pertukaran pesan yang terjadi antar fans dalam upaya membela idol yang disukai dan mempertahankan harga diri, yang pada umumnya komentar yang ditinggalkan berkonotasi negatif (mengandung kalimat sarkastis). Fan war yang terjadi dipicu oleh banyaknya fake account (finsta) dan mendorong akun-akun asli

untuk mempercayai hal-hal yang diprovokasikan oleh fake account tersebut.

Fans Culture

Perilaku fanatisme penggemar dalam bermedia sosial tidak hanya dilihat dari sejauh mana dan berapa lama penggemar menjalani aktivitasnya sebagai penggemar K-pop, namun juga dapat dilihat dari respon mereka terhadap informasi Hoax dan berita negatif idola K-pop. Aktivitas penggemar ditunjukkan dari beberapa hal yakni pemberian makna, yang mana penggemar dapat dengan leluasa menginterpretasikan unggahan idola menurut emosi dan pengalamannya serta berbagi makna dengan penggemar lainnya. Setelah aktivitas interpretasi makna penggemar melakukan “*poaching*” atau perburuan, perburuan yang dimaksud yakni mengikuti berbagai akun Instagram fansite idola, membuat fan fiction dan video kreasi penggemar dan dibagikan kepada penggemar K-pop lainnya. Selain itu, mengumpulkan merchandise dan mengunggah ke akun pribadi bagi penggemar K-pop adalah kebanggaan tersendiri karena memiliki salah satu koleksi dari idola. Aktivitas terakhir penggemar K-pop yakni berinteraksi dengan penggemar lainnya. Seperti bergabung dengan fanbase idola yang ditemui di Instagram dan saling menandai atau memberi komentar di setiap postingan yang diunggah oleh idola K-pop untuk memudahkan dalam pencarian informasi. Fanatisme penggemar K-pop juga ditunjukkan melalui penggunaan alter ego pada akun media sosial dari para penggemarnya.

Masuknya Musik Era Korean Pop (KPop)

Gelombang Korea dikenal di dalam sebuah artikel terbitan Beijing Youth Daily pada awal November 1999 yang kemudian dikenal oleh masyarakat Korea hingga kini yang menjadikan Gelombang Korea semakin merambah ke berbagai aspek lainnya seperti budaya tradisional Korea, makanan, literatur, bahasa dan musiknya tentunya yang menarik semakin banyak peminat.

Membahas mengenai musik Korea, kegemaran akan musik Korea pada awalnya dibawa masuk oleh drama-drama yang sudah terlebih dahulu tampil di layar kaca Tanah Air. Salah satunya drama Korea yang sangat populer pada masanya yaitu '*Full House*' disusul kemudian dengan berbagai tayangan drama Korea bermunculan di layar kaca tanah air seperti '*Winter Sonata*' dan '*Boys Before Flowers (BBF)*'.

Drama Korea inilah yang kemudian membukan pintu bagi 'Gelombang Korea' masuk bersamaan dengan musik Korean popnya. Di era milenium para penggemar musik Korea di Indonesia masih belum dikenal banyak oleh khalayak, Baru di sekitar tahun 2011, Industri musik Korea atau bisaa di kenal dengan Kpop mulai melirik potensi pasar yang ada di Indonesia hingga saat ini. Industri musik Korean Pop sendiri memiliki beberapa generasi, mulai dari diawal 1900-an hingga 2000 disebut sebagai generasi pertama dari Korean Pop.

Industri Kpop saat itu belum terlalu banyak merambah dunia digital dan pasar diluar Korea dikarenakan keterbatasan teknologi. Beberapa grup yang memulai karirnya di era ini adalah boyband dan girlband Shinhwa, H.O.T,

Fin.K.L, S.E.S, dan g.o.d. menjadi bagian dari industri Korean Pop di generasi pertama.

Generasi kedua Korean pop berawal pada tahun 2000 hingga 2009. Generasi yang paling dianggap berjasa mempromoskan dan membuka jalan industri Kpop ke pasar international. Beberapa grup yang berjasa di era kedua musik Korean pop diantaranya TVXQ, Big Bang, Super Junior, Girls Generation, Wonder Girls, 2PM. Di generasi ketiga sejak 2010 dapat dikatakan sebagai grup idola yang sedang aktif untuk melanjutkan popularitas Kpop di dunia international dari beberapa grup generasi ketiga ini antara lain adalah EXO, TWICE, BTS, Black Pink dan GFriend. Dari data yang dilampirkan oleh situs *Kpopchart.net* mencatat jumlah angka pengikut dari grup idola Kpop di twitter adalah seperti berikut : BTS 28.5 Juta pengikut, EXO dengan 8.9 Juta pengikut, GOT7 dengan 8.5 Juta pengikut, Twice dengan 6 Juta pengikut dan Blackpink dengan 4.9 Juta pengikut, jumlah yang cukup banyak untuk sebuah grup musik.

Banyaknya jumlah pengikut para grup Korean pop ini berpengaruh pada pola dan perilaku pengikutnya mulai dalam bentuk dukungan berlebih para penggemar kepada idola seperti mencontoh kata-kata seperti idolanya, menggunakan foto pada profile media sosialnya juga meniru sikap dan perilaku idolanya juga saling bersaing antar satu sama lain untuk mendapatkan perhatian dari idolanya melalui media sosial, selain itu rasa cinta berlebih kepada idola menyebabkan pertentangan diantara sesama penggemar untuk mendapat perhatian juga antar grup idola yang bersaing dan perilaku ini cenderung mengarah kepada sikap fanatisme yaitu suatu keyakinan atau suatu pandangan tentang sesuatu, yang positif atau yang negatif, pandangan

yang tidak memiliki sandaran teori atau pijakan kenyataan, tetapi dianut secara mendalam sehingga susah diluruskan atau diubah.

Sikap fanatisme ini bisa dilihat dari banyaknya para pengguna Kpop untuk menggunakan data diri penggunaan akun twitternya menggunakan nama, gambar dan tulisan yang menirukan idolanya. Eliani (Eliani, dkk., 2018: 59-72) menyebutkan K-Popers sebagai Fans-idola K-Pop, menurut hasil temuannya fans-idola K-Pop dengan fanatisme yang tinggi akan memiliki perilaku agresif verbal yang tinggi, jika tidak penggemar-idola K-Pop yang memiliki fanatisme rendah akan memiliki perilaku agresif verbal yang rendah.

Tak hanya twitter hingga saat ini masih menjadi platform utama dikalangan para penggemar kpop untuk meramaikan konten dan isi dari media sosial twitter. Twitter sendiri sebagai platform media sosial yang terbuka untuk public memungkinkan para penggemar Kpop secara global terhubung satu sama lain tanpa adanya Batasan negara dan Bahasa. Selain itu twitter juga menjadi saran komunikasi antar fans Kpop untuk mebagian ide, berita ataupun kegiatan terbaru dari idolanya. Oleh sebab itu hingga kini twitter masih dijadikan jembatan komunikasi utama antara sang idola dengan para penggemarnya. Selama 10 tahun kebelakang perkembangan Kpop di twitter mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dan bahkan nama Indonesia masuk ke dalam lima negara teratas dengan jumlah pengguna dan volume kicauan di twitter terbanyak yang memperbincangkan Kpop.

II. Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan *content analysis* (analisis isi) yang terjadi pada penggunaan akun

beralter ego melalui platform media sosial Twitter. Selain itu metode penelitian yang digunakan adalah melalui pendekatan kualitatif deskriptif yaitu analisis dilakukan dengan cara memaknai pesan pemilik akun alter ego di dalam platform Twitter yang kemudian penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi yang berasal dari bahasa Yunani, *phainomenon* yang secara harfiah berarti 'gejala' atau apa yang telah menampakkan diri sehingga nyata bagi si pengamat. Untuk memahami apa yang terjadi sesungguhnya pada pemilik akun alter ego maka peneliti harus menanyakan langsung kepada pemilik akun alter ego yang mengalami atau membuatnya dengan cara melakukan Tanya jawab secara langsung di *Direct*

Message (DM). Pemilihan informan dengan cara intensitas memposting mengenai idolanya dan juga berdasarkan rekomendasi beberapa rekan penulis yang berkenan untuk dilakukan wawancara secara mendalam.

III. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan informasi dan penelitian dari hasil wawancara dengan



pengguna akun alter ego @tekupla yang termasuk dalam pengguna akun alter ego atau bukan akun sebenarnya.

Gambar 1. Akun alter ego @tekupla

Dari informasi yang di dapat akun ini mengakatan ia lebih dapat bebas berekspresi dan mengemukakan pendapat ketika menggunakan akun alter egonya selain bisa menyembunyikan identitas diri ia juga bisa dapat bebas meluapkan kekesalan ataupun komentar dengan akun alter egonya tanpa diketahui jati diri pemilik akun yang sebenarnya, selain itu juga ia bekarta bahwa penggunaan akun alter ego tidak perlu memikirkan reputasi dan diri aslinya di dalam media sosial.



Gambar 2. Akun alter ego @tekupla dan postingan komentarnya mengenai idolanya.

Pemilik akun pun berkata mereka dapat bebas kapanpun mention para idolanya bahkan lebih mudah digunakan untuk fan war (perang antar sesama penggemar kpop ataupun dengan grup kpop saingan idolanya). Mereka pun bebas saling menghujat, memaki atau mengkritik ataupun melakukan tindakan-tindakan lainnya.



Gambar 3. Akun alter ego @mycupoftea_

Lain halnya dengan pemilik akun @mycupoftea ia berkata bahwa melalui wawancara singkat melalui personal chat. Alasannya menggunakan akun alter ego ialah karena lebih bebas mengekspresikan diri sebagai kelompok komunitas fandom idolanya, kecenderungan *anonymous identity* dimana orang lain tidak mengetahui identitas asli pemilik akun memungkinkan pemilik akun lebih bebas melakukan kegiatan *fangirling*.



Gambar 4. Akun alter ego @mycupoftea__dan postingan komentar mengenai idolanya.

Karena ia merasa bahwa sebagai ia sebagai personal individu akan berbeda ketika ia terjun langsung kepada lingkungan komunitas fandom kpop idolanya. Dan identitas yang mereka tahu hanya cukup tentang profil sebagai sesama penggemar grup Kpop yang sama bukan profil ia secara pribadi seperti nama, usia, tempat tinggal bahkan pekerjaan.

Ia pun merasa bahwa jejaring komunikasi antar sesama akun kadang terasa unik. Mereka tidak perlu tahu banyak tentang data profil pribadi pengguna akun alter ego masing-masing, Mereka hanya memiliki sebuah paham dan keyakinan bahwa jika mereka punya satu kegemaran yang sama lalu mereka merasa cocok dengan

kelompoknya dan memiliki frekuensi yang sama, punya nilai-nilai yang sama ketika terdapat konten tentang idola Kpop yang mereka senangi, mereka sudah bisa merasa bahwa hubungan pertemanan yang sangat kuat antar sesama fans. Walaupun sebenarnya mereka tidak dan belum pernah bertemu secara langsung dan tidak mengetahui data diri aslinya hanya berdasarkan pertemuan dan saling menyukai sesama idola grup yang mereka senangi dan memiliki ketertarikan yang sama.

Melalui penjelasan mengenai akun-akun alter ego ini, penggunaan akun alter ego lebih sering dilakukan oleh mereka yang ingin lebih bebas berekspresi di media sosial dan melakukan tindakan-tindakan agresif serta melakukan hal apapun yang mereka inginkan. Dengan mudahnya penggunaan dan pembuatan akun di media sosial penggunaan media sosial tidak hanya dijadikan ajang untuk mencari pertemanan di dunia maya tetapi juga di jadikan sarana meluapkan ekspresi dan tindakan dari fans kepada idola ataupun sesama idolanya. Dengan menggunakan akun alter ego, mereka merasa bebas dalam menulis, beropini, dan berkarya bahkan membentuk sebuah *circle* pertemanan yang lebih dan menjadikannya sebuah kelompok tersendiri. Dalam hal ini para penggunaan akun alter ego penggemar Korea menggunakan fake account merasa bahwa eksistensi dirinya terhadap idola yang mereka idolakan muncul dan memiliki kebebasan berekspresi.



Gambar 5. Akun alter ego @priacirebon

Berbeda dengan akun @priacirebon yang memilih membuat akun Alter ego karena takut di berikan penilaian oleh para teman ataupun rekannya perihal kesukaannya pada Korean pop (K-pop) karena akun tersebut bergender laki-laki dan penilaian bahwa laki-laki menyukai K-pop adalah hal yang tidak lazim serta juga penggunaan alter ego bisa digunakan secara bebas untuk dapat berpendapat mengenai berbagai komentar mengenai dunia idoling dan juga akun miliknya hanya dikenal oleh sesama para penggemar saja.

IV. Kesimpulan

Korean Pop yang menjadi magnet bagi para remaja yang kemudian suka dan menbaitkan dirinya sebagai pengikut dari salah satu grup Korea yang mereka sukai. Akun alter ego atau lebih tepatnya (anonim) psuedonym adalah akun yang menggunakan nama samaran dengan tujuan untuk tidak dikenali orang lain dengan 'image' alter ego ini mereka juga merasa bebas berpartisipasi dalam suatu perbincangan atau hal tertentu di dalam media social.

Selain itu dengan penggunaan akun anonim para penggemar kpop tidak memiliki kewajiban untuk menjaga nama baik dirinya serta tidak

perlu mereka takut diketahui oleh keluarga, sahabat atau teman kerjanya. Sebagai makhluk sosial kadang akun anonim hanya ingin meluapkan dan mengekspresikan dirinya sendiri. Adapun saran yang dari hasil penelitian terkait pemanfaatan teknologi mengenai akun alter ego bukanlah hal yang selalu terkait hal negatif dalam pemanfaatan media baru dalam hal ini twitter.

Kita juga dapat melihat beberapa informasi bahwa orang yang menyukai hal tertentu seperti Korean Pop (Kpop) lalu menggunakan alter ego sebagai sarana interaksi dengan sesama penggemar Kpop dan banyak hal positif yang sebaiknya dapat diambil pelajarannya agar penggunaan media sosial dengan menggunakan akun alter ego tidak selalu berkaitan dengan hal-hal negatif atas yang selama ini ditakutkan karena akun-akun alter ego sangat idetntik dengan penyebaran berita negatif, *hoax* ataupun berita yang tidak bisa di pertanggungjawabkan.

Daftar Pustaka

Alyusi, S. D. (2016). *Media Sosial Interaksi, Identitas, Dan Modal Sosial* (1st ed.). Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.

Eliani, J., Yuniardi, M. S., & Masturah, A. N. (2018). Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial pada Penggemar Idola K-Pop. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 3(1), 59–72.

Iradati Putri, Gradini. 2016. Fenomena Komunikasi Komunitas K-Popers Pekanbaru. *Jom FISIP* Vol.3 No.1 Februari 2016

Kurnia, A. 2017. Fenomena Akun

Anonim di Media Sosial Sebagai Sumber Informasi dan Ekonomi (Analisis Wacana pada Akun Instagram Lambe Turah). *Journal Communication Spectrum*, Vol. 4 No. 2 Februari - Juli

Nurhadi, Z. F. (2015). *Teori-teori Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Nurhadi, Zikri Fachrul. Dkk . 2019. Model Komunikasi Tentang Presentasi Diri Grup K-pop Cross Cover Dance Grup EX(SHIT). *Jurnal Komunikasi dan Media* Vol.4 No.1 Agustus 2019

Putri Agnesia, Natazha. (2019) Fan war K-pop dan keterlibatan penggemar dalam media sosial Instagram. *Jurnal Unair*

Puspita, Yesi . 2015. Pemanfaatan New Media dalam memudahkan komunikasi dan transaksi pelacur gay. *Jurnal Pekommas*, Vol. 18 No.3, Desember 2015:203-212

Ri'aeni, Ida Dkk. 2019. Pengaruh budaya Korea (K-Pop) terhadap remaja di Kota Cirebon.

Communication Vol.1 Januari 2019

Tania, Adelia.S.R, Dkk. (2020) *Media Sosial, Identitas, Transformasi, dan Tantangannya*.

Jakarta: Intrans Publishing Group

Internet

Alter Ego Definition. Retrieved 25 May 2021, from

<http://www.healthguidance.org/entry/11252/1/Alter-Ego-Definition.html>.

Altered Ego. Retrieved Idntimes.com (2019) 3 Alasan Positif Seseorang Perlu Akun Anonim di Media Sosial.

<https://www.idntimes.com/life/in>

25

- spiration/widya-lestari-n/3-alasan-positif-seseorang- perlu-akun-anonim-di-media-sosial-c1c2/1 (Diakses 08 November 2020)
- Infokomputer.grid.id (2019) Pengguna Twitter di Indonesia Paling Banyak Pria daripada Perempuan
<https://infokomputer.grid.id/read/121705568/pengguna-twitter-di-indonesia-paling-banyak-pria-daripada-perempuan?page=all> (Diakses 08 November 2020)
- Kpopchart.net (2020)
<https://Kpopchart.net/2020/09/indonesia-masuk-daftar-negara-dengan-jumlah-penggemar-Kpop-terbanyak-di-twitter.html> (Diakses 08 November 2020)
- Mahayana M.Hum dkk. (ed) Budaya Korea : hal-hal yang perlu Diketahui (2016), Buku pengantar Korea seri ke -10, INAKOS (The International Association Of Korean Studies In Indonesia), Pusat Studi Korea Universitas Gadjah Mada
https://issuu.com/inakos/docs/file_buku_pengantar_korea_ke-10_don
- Overseas.mofa.go.kr (2020) Hallyu: Gelombang Korea (한류 :Korea Wave)
http://overseas.mofa.go.kr/id-id/wpge/m_2741/contents.do
- (Diakses 08 November 2020)
- Rara C, Ageng dan Diana, Dina. 2019. Peran Media Massa Terhadap Perubahan Perilaku Remaja Di Komunitas Kpopers Batam.
www.journal.uniga.ac.id
- Rappler.com (2017) Memahami demamK-pop di Indonesia.
<https://www.rappler.com/world/bahasa-indonesia/memahami-demam-k-pop-indonesia> (Diakses 08 November 2020)
- Tekno.tempo.co (2019) Survei Pengguna Internet terbesar, Jakarta hanya urutan ketiga.
<https://tekno.tempo.co/read/1207647/survei-pengguna-internet-terbesar-jakarta-hanya-urutan-ketiga> (Diakses 08 November 2020)
- Tekno.kompas.com (2016) Mengintip Sejarah Pendirian Twitter yang Penuh Intrik
<https://tekno.kompas.com/read/2016/03/21/18021707/Mengintip.Sejarah.Pendirian.Twitter.yang.Penuh.Intrik?page=all> . (Diakses 08 November 2020)
- The ‘Batman Effect’: How having an alter ego empowers you? Retrieved 25 May 2021, from <https://lsa.umich.edu/psych/news-events/all-news/faculty-news/the-batman-effect-how-having-an-alter-ego-empowers-you.html>